

VOTRE GUIDE DE **La Petite Entreprise**

Tout ce que vous devez savoir
pour créer et exploiter votre
propre entreprise en Ontario



VOTRE GUIDE DE La Petite Entreprise



**Tout ce que vous devez savoir
pour créer et exploiter votre
propre entreprise en Ontario**



Introduction

Chaque année, des milliers d'Ontariens sautent le pas. Pleins d'espoir et d'enthousiasme, ils créent leur propre entreprise et se lancent avec passion dans le monde à la fois difficile et gratifiant de l'entrepreneuriat. Certains connaîtront la réussite, d'autres l'échec, le plus souvent parce qu'ils n'étaient pas suffisamment bien préparés ou informés.

Ce guide est conçu pour donner aux entrepreneurs comme vous les outils nécessaires pour réussir. Ce n'est pas un guide explicatif, mais plutôt un document d'information pour vous aider à mieux comprendre ce que vous devez faire avant, pendant et après la création de votre propre entreprise.

La première question fondamentale qui se pose à vous est celle-ci : avez-vous l'étoffe d'un entrepreneur ?

À partir de là, le guide décrit les différentes étapes à suivre : se préparer à créer une entreprise, démarrer une entreprise, exploiter une entreprise et développer une entreprise. À la fin de chaque section, vous trouverez des listes de contrôle pour vous aider à déterminer si vous êtes prêt à passer à l'étape suivante.

Le guide contient également une section sur les ressources et contacts utiles pour les entrepreneurs, comprenant d'importants programmes gouvernementaux et des associations professionnelles, ainsi qu'une liste de dix sites Web incontournables.

Et enfin, le guide vous offre des exemples et des conseils d'entrepreneurs qui ont réussi et de directeurs des Centres d'encadrement des petits entrepreneurs.

« Beaucoup de gens pensent que le démarrage est l'aspect le plus difficile d'une entreprise, alors qu'en réalité c'est la gestion quotidienne. C'est pourquoi l'exploitation d'une entreprise demande beaucoup d'efforts et de réflexion. »

Paul Dandavino
Consultant
Centre d'encadrement des entrepreneurs
Timmins

Introduction	1	Recrutement des employés	31
PARTIE 1 Donc, vous envisagez de créer votre propre entreprise	3	Commercialisation de l'entreprise.....	33
Les conditions du succès	3	PARTIE 4 Exploitation	37
PARTIE 2 Se préparer à créer son entreprise.....	6	Évaluation des progrès.....	37
Déterminer et évaluer le choix d'une entreprise	6	Gestion	37
Partir de zéro.....	6	Ventes et marketing	38
Acheter une entreprise établie	7	Finances	39
Acheter une franchise.....	8	PARTIE 5 Développer l'entreprise	42
Peaufiner son idée d'entreprise	9	Le développement de l'entreprise vous convient-il ?.....	42
Entreprise individuelle ou partenariat.....	9	Assistance	43
Constitution en société	11	PARTIE 6 Ressources	46
À but lucratif ou sans but lucratif	12	10 sites Web incontournables	46
Choisir un nom commercial	12	Ressources gouvernementales	47
Assistance	14	Centres d'encadrement des petits entrepreneurs/Centres d'aide aux nouvelles entreprises	48
Votre plan d'affaires	14	Information sur les programmes destinés aux entreprises	53
PARTIE 3 Démarrage de l'entreprise	19	Autres organismes ou ministères.....	53
Financement	19	Pépinières d'entreprises	54
Assistance professionnelle	21	Financement des entreprises	54
Constitution de l'entreprise en société	23	Associations d'entreprises générales	55
Programmes gouvernementaux.....	24	Associations industrielles.....	58
Enregistrement du nom commercial	24	Femmes entrepreneures	62
Impôts et taxes	25	Jeunes entrepreneurs	63
Livres et registres	28	Entrepreneurs handicapés	64
Licences	28	Entrepreneurs autochtones	64
Zonage	28	Entrepreneurs francophones	65
Assurance	28	Entrepreneurs sans but lucratif	65
Location (ou achat) des locaux	29		
Communications de l'entreprise	30		

Donc, vous envisagez de créer votre propre entreprise



Vous êtes au bon endroit.

D'après un récent rapport de la CIBC, intitulé *Les PME au Canada : une force en pleine croissance*, l'Ontario offre les conditions les plus favorables au développement des petites entreprises au Canada. Le rapport prévoit également que l'Ontario sera la province la plus propice au développement du secteur de la petite entreprise au cours des prochaines années.

Les conditions du succès

Avez-vous l'étoffe d'un entrepreneur ? Cette question est fondamentale. En effet, il ne suffit pas d'avoir une idée géniale pour créer son entreprise. La première question qui se pose à vous est donc la suivante :

Avez-vous le profil de l'entrepreneur ?
Autrement dit, êtes-vous...

- ✓ sûr de vous
- ✓ indépendant
- ✓ ambitieux
- ✓ motivé
- ✓ discipliné

- ✓ bien organisé
- ✓ ingénieux
- ✓ flexible
- ✓ consciencieux
- ✓ travailleur
- ✓ réaliste
- ✓ déterminé et persévérant
- ✓ résolu
- ✓ sociable

« Vous avez intérêt à choisir une activité qui vous plaît, parce que vous allez y passer beaucoup de temps. Rien n'est pire que de faire quelque chose que l'on déteste. L'argent est une source de motivation, mais ce n'est pas tout. »

Nicholas Courchesne
Extreme Blendz Nutrition
Centre & Juice Bar
Ottawa

Pour réussir, un entrepreneur doit posséder toutes ces qualités—sinon, ses chances de succès seront réduites.

Si vous pensez avoir le profil correspondant, une deuxième question se pose à vous :

Savez-vous ce qui vous attend ? Autrement dit, êtes-vous prêt à...

- ✓ effectuer de longues journées de travail;
- ✓ sacrifier votre vie privée;
- ✓ recevoir un maigre salaire ou pas de salaire du tout pendant les premiers temps;
- ✓ vivre constamment sous pression.

Chaque jour, de nouvelles entreprises se créent. Certaines connaissent le succès, d'autres l'échec. Les statistiques montrent qu'entre trois et cinq nouvelles entreprises sur dix sont vouées à l'échec.

La réussite d'une entreprise n'est jamais le fruit du hasard. Lorsqu'une entreprise réussit, c'est généralement parce que :

- ✓ elle offre un bon rapport coût/qualité;
 - ✓ elle s'appuie sur un bon plan d'affaires;
- et
- ✓ son propriétaire possède des qualités d'entrepreneur.

Finalement, si vous avez une famille, êtes-vous conscient des conséquences ?

De longues journées de travail et un emploi du temps surchargé soumettent la vie de couple ou la vie de famille à rude épreuve. Pour qu'une entreprise connaisse la réussite, il est important que vos proches soient de votre côté. Abordez le sujet en famille pour que tout le monde ait bien conscience des sacrifices et des difficultés qui vous attendent.

« J'ai été piqué par le virus de l'entrepreneuriat à un jeune âge », plaisante Ben Hum, cofondateur et vice-président exécutif de Xystar Technologies Inc., une compagnie de TI installée à Toronto et récipiendaire d'un *Chinese Canadian Entrepreneurship Award* dans la catégorie *Best Company Start-up* (création de nouvelles entreprises). « Je cherche un vaccin mais je ne l'ai toujours pas trouvé. »

Ben a connu sa toute première expérience d'entrepreneur lorsqu'il était élève de 9^e année. Cette année-là, il a créé un service de disc-jockey avec deux amis. « Nous avons obtenu un budget annuel de l'école pour organiser nos fêtes, explique Ben. Nous avons vite compris qu'en créant notre propre service, au lieu de faire appel à un service de location, nous pourrions économiser de l'argent et organiser plus de fêtes. »

Les services de la petite entreprise ont bientôt été sollicités par des collègues et des universités. Les choses ont évolué, et Ben a ensuite fondé Big Productions, une compagnie spécialisée dans les campagnes de marketing pour la bière et l'alcool.

L'entreprise a bien marché, mais au début des années 1990, Ben avait envie de faire autre chose. Profitant des occasions offertes par Internet, il a trouvé un associé pour créer Global Connexions, un fournisseur de services Internet et développeur d'applications de commerce électronique.

« À cette époque, le potentiel commercial d'Internet n'était pas évident et les banques hésitaient à s'aventurer dans ce genre de projet », raconte Ben. Mais grâce à un bon plan d'affaires, de la persévérance et un banquier compréhensif et informé, Ben a fini par obtenir les fonds de démarrage nécessaires.

Mais comme Ben l'avait appris lors de ses précédentes expériences en affaires, de nouveaux défis l'attendaient—qu'il s'agisse de trouver des clients dans un secteur encore naissant, de surmonter les problèmes de trésorerie ou de rester à la pointe de la technologie.

« Il y a toujours de nouveaux défis à relever. Il faut les surmonter et s'en inspirer. Et il faut sans cesse faire preuve d'innovation. »

Rebaptisée Xystar Technologies en 2002, la société de Ben affiche de nouvelles ambitions, en offrant des logiciels spécialisés et des services de gestion du Web à des sociétés du Fortune 1000.

Si Ben a un conseil à donner, c'est « d'aimer son entreprise, mais sans excès. » Sinon, elle risque de grandir au point que vous ne serez plus capable de la contrôler. Vous risquez même de vous apercevoir que vous n'êtes pas la personne la plus qualifiée pour franchir un nouveau palier. »

Que faut-il faire dans ce cas ? « Créer une nouvelle entreprise, bien sûr ! »

Se préparer à créer son entreprise



Déterminer et évaluer le choix d'une entreprise

Si vous envisagez de créer votre propre entreprise, vous avez sûrement une bonne idée du secteur d'activité qui vous intéresse. Et vous savez aussi certainement si vous voulez partir de zéro, acheter une entreprise établie ou acheter une franchise.

Quel que soit votre choix, il est important de toujours rester vigilant. Préparez-vous. Tous les entrepreneurs qui ont réussi vous le diront, plus vous consacrez de temps et d'effort à la planification de votre entreprise, plus vous aurez de chances de réussir.

« La plus grande erreur que font de nombreux entrepreneurs est de croire qu'ils n'ont pas besoin d'un plan d'affaires. Ils pensent qu'ils peuvent se passer des études de marché et de tout le reste et ils s'imaginent que leur idée va marcher, tout simplement. »

Dale Lehtila
Chef
Entreprise Quinte
Belleville

Partir de zéro

C'est le choix préféré de la majorité des entrepreneurs qui créent leur première entreprise parce qu'il leur permet de mettre à profit leurs talents et leurs qualités, et que les coûts de démarrage et les frais généraux ne sont pas trop élevés.

Alors, comment faut-il s'y prendre pour développer son idée d'entreprise et évaluer son potentiel de succès ? Il faut faire beaucoup d'études. Servez-vous des questions suivantes pour vous guider.

- Votre produit ou service correspond-il à un besoin ou un désir continu des consommateurs, et si oui, combien de clients potentiels comptez-vous toucher (votre marché cible) compte tenu du prix auquel vous voulez vendre votre produit ou service ?
- Quel créneau votre produit ou service occupera-t-il dans le secteur d'activité que vous avez choisi et quel est son potentiel de croissance (et celui du secteur) ? L'association professionnelle de votre secteur vous aidera à réaliser vos études de marché.
- Votre produit ou service est-il en concurrence avec d'autres produits ou services —et si oui, quels sont les avantages de votre produit ou service ?

- Si vous vendez un produit, où vous approvisionnez-vous et votre fournisseur potentiel est-il fiable ?
- Si vous avez vous-même créé votre produit, vous êtes-vous assuré qu'il n'existait pas un produit similaire sur le marché protégé par un brevet industriel ? Si vous avez inventé votre produit, avez-vous essayé de le faire breveter ? Il peut être utile de consulter un avocat pour toutes ces questions.
- Si votre entreprise est spécialisée dans le commerce électronique, comment allez-vous livrer vos produits aux clients, et quel sera l'impact de la livraison sur le prix ?
- Votre entreprise dépend-elle de son lieu d'implantation—et si oui, allez-vous parvenir à trouver un emplacement à prix raisonnable vous permettant de tirer parti de votre marché cible ?
- Si votre entreprise est installée à domicile ou est une entreprise électronique, comment allez-vous vous faire connaître de vos clients potentiels ?
- Votre entreprise dépend-elle d'employés—et si oui, de combien de personnes aurez-vous besoin pour démarrer, combien allez-vous les payer, de quelle formation auront-ils besoin, et combien leur formation coûtera-t-elle ?
- Votre entreprise est-elle soumise à d'autres règlements que la réglementation gouvernementale ordinaire—et si oui, quel en sera l'impact sur vos coûts de démarrage ?
- Quel sera le coût de lancement de votre entreprise et comment comptez-vous obtenir vos fonds de démarrage ?
- Comment et où allez-vous promouvoir votre produit ou service—et quel en sera le coût ?

Acheter une entreprise établie

L'achat d'une entreprise établie présente un certain nombre d'avantages, en particulier parce que vous achetez une affaire qui a déjà :

- un service ou un produit;
- une exploitation;
- une clientèle;
- un emplacement et peut-être même un inventaire.

Toutefois, l'achat d'une telle entreprise n'élimine pas tous les problèmes inhérents au démarrage d'une entreprise. En dehors du fait que cela coûte cher, en particulier si cette entreprise est florissante, il n'y a aucune garantie que vous ne rencontrerez pas de difficultés ni que vous connaîtrez automatiquement la réussite.

Il faut par ailleurs savoir que l'achat d'une entreprise établie exige autant d'études préliminaires que la création d'une entreprise à partir de zéro.

Comment être sûr que l'entreprise qui vous intéresse est une bonne affaire ? Après avoir recueilli suffisamment d'information sur l'entreprise et le secteur d'activité, et lorsque vous êtes certain que l'activité de l'entreprise vous plaît, posez-vous les questions suivantes :

- Pourquoi le propriétaire vend-il son affaire ?
- De quelle réputation l'entreprise jouit-elle ? (Renseignez-vous auprès des clients et des fournisseurs.)
- Le produit ou service offert par l'entreprise est-il encore demandé—et le sera-t-il encore dans un avenir proche ?
- L'entreprise présente-t-elle des possibilités de croissance ?

- L'entreprise doit-elle faire face à de nouveaux concurrents ?
- Le propriétaire envisage-t-il de lancer une entreprise concurrente ?

Enfin et surtout :

- Que contiennent les états financiers ?
Pour répondre à cette question, vous aurez besoin des services d'un comptable qualifié ou d'un évaluateur d'entreprise. Bien sûr, il vous en coûtera, mais au bout du compte, vous économiserez de l'argent—et les mauvaises surprises.

N'oubliez pas que, lorsque vous achetez une entreprise établie, vous n'achetez pas seulement le matériel et l'inventaire. Vous achetez aussi la clientèle. C'est un élément important dont dépend la réussite future de l'entreprise. Ne surévaluez pas la clientèle, car la situation peut évoluer lorsqu'une entreprise change de main.

En fin de compte, une entreprise vaut ce que vous pouvez en tirer. L'essentiel est de savoir si vous avez ce qu'il faut pour que l'entreprise marche.

« Les nouveaux entrepreneurs doivent bien comprendre qu'ils ont besoin d'argent pour assurer l'existence de leur entreprise. Ils ont aussi besoin de faire beaucoup de recherches et de comprendre qu'exploiter sa propre entreprise demande beaucoup d'efforts. Ils doivent étudier la concurrence, savoir comment établir le prix de leurs produits ou services et comprendre le marché. Il vaut mieux faire des erreurs sur le papier avant de commencer. »

Dale Lehtila
Chef
Enterprise Quinte
Belleville

Acheter une franchise

L'achat d'une franchise peut être un excellent moyen pour un entrepreneur de lancer une entreprise prospère. La franchise donne à la fois la liberté de gérer sa propre entreprise et les avantages de travailler pour une grande société qui vous fournit :

- un produit et une raison commerciale reconnus;
- une méthode de gestion établie;
- des plans de vente et de marketing centralisés;
- une assistance pour la formation;
- des conseils pour le choix d'un emplacement commercial.

Mais les franchises prospères coûtent cher, aussi bien en coûts d'achat à l'acquisition qu'en redevances continues. Et comme pour les autres entreprises, elles n'offrent aucune garantie de réussite.

La législation ontarienne impose des obligations en matière de divulgation aux franchiseurs. Vous avez le droit de connaître des renseignements sur le franchiseur et ses administrateurs, ainsi que les états financiers vérifiés et les rapports de solvabilité. Vous trouverez les règlements relatifs à la divulgation sur le site Web de la Canadian Franchise Association (CFA) www.cfa.ca. Nous vous recommandons de lire attentivement ces documents en compagnie de votre avocat.

Pour savoir si une éventuelle franchise vous convient, vous devez répondre aux questions suivantes :

- Le franchiseur est-il bien établi ? Depuis combien d'années est-il en exploitation et combien de franchises sont actuellement exploitées ? (Renseignez-vous auprès de la Canadian Franchise Association pour savoir si le franchiseur est un membre en règle de l'Association.)
- Le franchiseur a-t-il une bonne raison commerciale ?
- Le type d'activité commerciale du franchiseur vous convient-il ?
- Le franchiseur se développe-t-il ?
- Que contiennent les états financiers ? Demandez à un comptable de les examiner.
- Le franchiseur choisira-t-il le site ou vous aidera-t-il à choisir un site adéquat qui sera votre territoire exclusif ? Le franchiseur vend-il ses produits par le biais d'autres canaux ?
- Quel est le prix d'achat de la franchise ?
- Votre franchiseur a-t-il des ententes de crédit avec une institution financière particulière ?
- Combien de redevances devrez-vous lui verser ?
- Combien devrez-vous payer pour les soldes et les campagnes de marketing de l'entreprise ? Avez-vous votre mot à dire dans les stratégies de vente et de marketing ?

Et enfin, vous devriez rendre visite à plusieurs franchisés dans votre région et leur poser les questions suivantes :

- Votre franchise est-elle prospère ?
 - Combien de temps passez-vous dans votre entreprise ?
 - Le franchiseur honore-t-il ses obligations ?
 - Le franchiseur a-t-il assuré une formation complète et efficace ? Qu'en est-il de l'assistance à la gestion continue ?
 - Les campagnes de soldes et de publicité ont-elles été efficaces ?
- N'oubliez pas : quelle que soit l'option choisie, vous devez disposer de fonds de départ suffisants pour couvrir vos frais personnels et vos frais généraux jusqu'à ce que votre entreprise connaisse le succès. Il est donc important de déterminer le temps qu'il vous faudra avant d'atteindre le seuil de rentabilité.

Peaufiner son idée d'entreprise

Après avoir choisi votre type d'entreprise, vous devrez décider de son statut. Préférez-vous vous lancer seul (entreprise individuelle) ou avec un ou plusieurs partenaires (partenariat) ? Allez-vous vous constituer en société ? Exercerez-vous à but lucratif ou sans but lucratif ?

Entreprise individuelle ou partenariat

Bon nombre de petites entreprises choisissent le statut d'entreprise individuelle. Être propriétaire unique d'une entreprise présente quelques avantages évidents :

- C'est un moyen plus simple, plus rapide et moins coûteux de créer une entreprise.
- Vous assumez seul tous les aspects de l'entreprise.
- Tous les bénéfices vous reviennent.

- Depuis combien de temps êtes-vous en affaire et au bout de combien de temps votre entreprise a-t-elle été rentable ?

« Tout commence par l'idée d'entreprise, explique Adrian Quinn, propriétaire de Kokimo Candles, à Castleton. D'abord, il faut s'assurer qu'il existe un marché pour les produits que vous désirez vendre. De nombreux entrepreneurs font l'erreur de produire quelque chose en espérant que les gens l'achèteront. »

Adrian sait de quoi il parle. Son entreprise, Kokimo Candles, a connu un succès immédiat. Aujourd'hui, elle emploie une vingtaine de personnes et produit un million de bougies par an, qui sont vendues dans 2 000 magasins au Canada et aux États-Unis.

Comment l'idée de fabriquer des bougies est-elle venue à Adrian ? Quand il était en 12^e année, il a eu l'occasion de visiter une usine de bougies pendant ses vacances d'été. Les propriétaires lui ont permis de faire des expériences avec la cire et de confectionner lui-même quelques bougies. C'est ainsi qu'est née sa vocation.

« L'idée de fabriquer des bougies m'a tout de suite plu, parce que je savais que la demande existait, et que j'avais les qualités pour réussir, explique-t-il. C'était aussi un projet d'entreprise qui ne demandait pas un énorme investissement financier. »

Grâce aux 4 000 dollars avancés par son père, Adrian a installé sa petite entreprise dans la grange de la propriété familiale. Quelque temps plus tard, il a commencé à vendre ses bougies à ses camarades d'école, puis a fait le tour de toutes les boutiques de souvenirs du Sud de l'Ontario pour établir sa clientèle.

Il s'est bien débrouillé pendant les trois premières années, réinvestissant ses gains jusqu'au dernier sou dans son entreprise, qui connaissait un essor régulier. Mais Adrian savait que pour vraiment réussir, il lui fallait trouver un créneau original. C'est en dégustant un Life Saver que l'idée lui est venue.

« Les Life Savers sont des bonbons rafraîchissants et multicolores. C'est ce qui m'a donné l'idée de faire des bougies parfumées aux fruits. »

Comme Adrian, les consommateurs ont adoré l'idée. La première année du lancement des bougies parfumées, l'entreprise d'Adrian a enregistré une augmentation de 500 pour cent de son chiffre d'affaires. Le succès de son entreprise ne s'est jamais démenti depuis.

Le partenariat présente aussi des avantages :

- Il permet de partager les risques financiers et la charge de travail.
- Il vous permet de bénéficier de compétences et de connaissances que vous ne possédez peut-être pas.

Pour savoir quelle est l'option qui présente les meilleures chances de réussite, posez-vous les questions suivantes :

- L'entreprise a-t-elle de la place pour plusieurs propriétaires ?
- L'entreprise gagnera-t-elle suffisamment d'argent pour rémunérer plus d'un propriétaire ?
- Les compétences de vos éventuels copropriétaires sont-elles complémentaires des vôtres ?
- Vous entendez-vous bien sur le plan professionnel avec vos éventuels copropriétaires ?

Si vous choisissez le partenariat, songez sérieusement à définir votre relation dans le cadre d'un contrat de partenariat.

Bien sûr, votre relation avec vos partenaires peut aussi être régie par les lois provinciales—auquel cas les dettes et les bénéfices sont réparties à parts égales—mais il est généralement recommandé de signer un contrat. Cela vous oblige, vous et vos partenaires, à déterminer vos fonctions et responsabilités respectives avant de vous engager ensemble, et cela limite les risques de conflit par la suite.

Un contrat de partenariat définit :

- la propriété du partenariat;
- la répartition des tâches;
- le partage des bénéfices—et des dettes;

et aussi :

- ce qui se passe en cas de décès ou de retrait de l'un des partenaires, et la méthode de rachat des parts.

Il est recommandé de demander à un avocat de rédiger le contrat de partenariat—vous et chacun de vos partenaires pourrez ensuite faire relire ce contrat par vos propres avocats avant de le signer pour vous assurer que vos intérêts personnels sont protégés.

Après avoir décidé du statut de votre entreprise (entreprise individuelle ou partenariat), vous devrez décider ou non de la constituer en société.

Constitution en société

La constitution en société est un acte juridique par lequel une société est créée. Une société se définit comme une entreprise commerciale comprenant une personne ou un groupe de personnes; elle est considérée par la loi comme une personne morale.

En règle générale, on constitue une entreprise en société pour :

- limiter sa responsabilité personnelle en cas d'échec de l'entreprise;
- bénéficier de certains avantages fiscaux.

Vous pouvez constituer votre entreprise en société de régime fédéral—c'est généralement ce que font les entreprises qui envisagent de mener leurs affaires dans plusieurs provinces—ou en société de régime provincial. Quel que soit votre choix, vous devrez :

- payer des droits—200 \$ ou 250 \$ pour une société de régime fédéral, selon que vous remplissiez les modalités de constitution en ligne. Les droits de constitution en société de régime provincial s'élèvent à 360 \$ (pour les organismes sans but lucratif, les droits de

constitution en société de régime fédéral sont de 200 \$; les droits provinciaux sont de 155 \$ pour un service normal et de 255 \$ pour un service accéléré);

- conduire votre société en respectant certaines obligations légales (conserver des livres de comptes, tenir des réunions et mettre vos documents à la disposition du gouvernement).

La décision de se constituer en société est importante. C'est pourquoi nous vous conseillons de consulter un avocat ou un comptable ou les deux avant de prendre votre décision. (Vous trouverez plus d'information sur cette question dans la section sur le démarrage de l'entreprise.)

À but lucratif ou sans but lucratif

Bien que la grande majorité des nouveaux entrepreneurs choisissent de mener des activités à but lucratif, le secteur des activités sans but lucratif, qui est en pleine expansion, offre un certain nombre de débouchés, notamment si vous avez une mission ou un mandat spécifique.

Les organismes sans but lucratif se divisent en deux grandes catégories :

- Les organismes d'intérêt public, dont les activités sont destinées principalement

« Le Centre d'encadrement des petits entrepreneurs a été génial. Il m'a apporté le soutien collectif nécessaire, en me mettant en relation avec d'autres entrepreneurs confrontés aux mêmes problèmes que moi. J'ai également participé à des séminaires parrainés par le Centre et je les ai trouvés utiles et instructifs. À chaque fois, j'ai appris quelque chose de nouveau et d'intéressant. »

Ben Hum
Xystar Technologies
Toronto

au grand public, comme la Galerie d'art de l'Ontario ou le Ballet national du Canada, tirent leurs revenus des campagnes de dons publiques et privées, de subventions d'État, de financement sur contrat et de programmes ou activités tarifés.

- Les organismes d'intérêt mutuel, dont les activités sont destinées principalement aux membres, tels que l'Ontario Crafts Council ou la League of Canadian Poets, sont généralement financés par les droits d'adhésion des membres et les programmes tarifés.

Certains organismes sans but lucratif choisissent de se doter du statut d'œuvre de bienfaisance, ce qui leur permet de remettre des reçus pour fins d'impôt aux donateurs, un avantage appréciable lors des campagnes de dons. Les organismes de bienfaisance enregistrés bénéficient également de certaines exemptions fiscales.

Cependant, les œuvres de bienfaisance sont également soumises à certaines restrictions et l'Agence du revenu du Canada (ARC) met une foule de renseignements sur les organismes de bienfaisance enregistrés à la disposition du public, en particulier leurs déclarations de revenus.

Il faut savoir que les organismes sans but lucratif comme les organismes de bienfaisance sont soumis à des obligations réglementaires strictes. Avant de vous décider, vous devriez consulter un avocat spécialisé dans ce domaine qui pourra également vous conseiller sur l'opportunité de vous constituer en société.

Choisir un nom commercial

Vous avez tout intérêt à bien réfléchir bien avant de choisir votre nom commercial, c'est-à-dire le nom de votre entreprise. Dans le monde des affaires, le succès dépend largement du message qu'on véhicule et de l'image qu'on projette, particulièrement sur le marché concurrentiel d'aujourd'hui. Même

si vous offrez un excellent produit ou service, si vous ne pouvez vous démarquer facilement des autres, les gens opteront plutôt pour une entreprise mieux connue.

Il y a plusieurs façons de se distinguer de la concurrence. Vous pouvez donner à votre produit ou service une marque de commerce (un mot ou une expression distinctifs), créer un logo ou un design uniques pour le nom de votre entreprise.

Il existe trois types de marques de commerce :

- Les *marques ordinaires*, c'est-à-dire des mots ou symboles qui distinguent les biens et services d'une société, comme par exemple « le futur est simple^{MD} » est une marque déposée du fournisseur de services de télécommunications Telus^{MD}.
- Les *marques de certification*, qui identifient les biens et services, sont conformes à une norme définie par un organisme de réglementation, comme par exemple la marque Woolmark détenue par Woolmark Americas, Ltd., qui apparaît sur les vêtements et divers articles.
- Les *objets distinctifs* qui identifient la forme des articles ou leurs récipients, ou un moyen d'emballage des articles, comme par exemple le flacon de parfum de Chanel n.5.

Les marques de commerce représentent non seulement les produits et services réels d'une entreprise, mais aussi sa réputation, c'est pourquoi elles sont considérées comme propriété intellectuelle. La meilleure façon de protéger une marque de commerce contre l'imitation ou l'usage abusif est de l'enregistrer auprès de l'**Office de la propriété intellectuelle du Canada** www.cipo.gc.ca.

Vous pouvez enregistrer votre marque de commerce par voie électronique en déposant une demande d'enregistrement. Votre demande subit un examen rigoureux pour s'assurer qu'elle

réponde aux exigences de la *Loi sur les marques de commerce*. Ce processus prend environ un an.

Les droits de dépôt d'une demande d'enregistrement s'élèvent à 250 \$. Si votre demande est admise à l'enregistrement, vous devrez payer 200 \$ pour obtenir un certificat d'enregistrement. L'enregistrement est valable pendant 15 ans—mais seulement au Canada. Si vous envisagez de vendre votre produit ou service à l'étranger, vous devrez le faire enregistrer dans le ou les pays choisis.

L'enregistrement d'une marque de commerce étant une opération complexe, nous vous conseillons de faire appel aux services d'un agent expérimenté. Vous trouverez une liste d'agents sur le site Web de l'**Office de la propriété intellectuelle du Canada** www.cipo.gc.ca, ainsi qu'une foule de renseignements utiles sur les marques de commerce.

Un autre point important est le nom de domaine si vous créez un site Web pour votre entreprise. Vous pouvez enregistrer le nom de domaine que vous voulez, à condition qu'il ne soit pas déjà pris par quelqu'un d'autre. Avant de choisir un nom de domaine, vérifiez qu'il n'est pas identique ou trop ressemblant à celui d'une autre marque ou d'un autre nom de commerce.

Pour plus de renseignements sur l'enregistrement d'un nom de domaine, visitez le site Web de l'**ICANN (Internet Corporation**

« Vous devez vous lancer dans une nouvelle entreprise les yeux grands ouverts. Effectuez autant de recherches que possible et surtout, rédigez un plan d'affaires complet et détaillé en collectant des données réelles. Il est primordial d'être bien préparé avant de se lancer. ».

George Wheeler
Chef
Enterprise Toronto

for Assigned Names and Numbers), à l'adresse suivante www.icann.org. Ce site contient également les coordonnées des neuf sociétés registraires canadiennes accréditées par l'ICANN.

Les droits d'enregistrement varient selon le type de compagnie et la durée choisie, et le type d'enregistrement de domaine souhaité (.ca, .com, .org, .net.).

Assistance

Quels que soient le type et la structure d'entreprise que vous choisissez, il est évident que cela demandera beaucoup de recherche. Vous pourrez (devez) vous en occuper vous-même, mais vous aurez aussi besoin du concours de professionnels (comptable, avocat et/ou évaluateur d'entreprise).

Vous pouvez commencer par consulter votre **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs (CEPE)** local, à www.sbe.gov.on.ca, que vous trouverez dans la section Ressources du guide. Les CEPE offrent un point d'accès unique de ressources pour les entrepreneurs à toutes les étapes du développement de leur entreprise :

- un accès à Internet et à des ordinateurs pour la planification d'entreprise et la recherche;

- des consultations gratuites pour le démarrage d'une entreprise avec une conseillère ou un conseiller commercial;
- des services d'examen des plans d'entreprise;
- des consultations avec un avocat ou encore avec un comptable grâce à notre service d'aiguillage;
- des renseignements à jour de sources axés sur les besoins de l'entrepreneur;
- l'accès à nos ressources courantes, dont des répertoires, ainsi que des index et des livres sur le commerce;
- des ateliers et des séminaires;
- de l'information sur l'importation et l'exportation;
- des renseignements sur les licences, les permis, les enregistrements, les formules et les documents nécessaires pour le démarrage et le développement d'une entreprise, sans oublier les règlements à respecter;
- des renseignements sur les brevets, les droits d'auteur et les marques de commerce;
- des occasions d'obtenir de l'encadrement et de faire du réseautage.

Votre plan d'affaires

Un plan d'affaires bien documenté et bien réfléchi est fondamental, et ce, pour plusieurs raisons. D'abord, il augmente vos chances de succès en vous obligeant à tenir compte du moindre aspect de votre entreprise; ensuite, il vous sert de guide et d'orientation pour vous permettre d'évaluer vos progrès. Et enfin, il fournit des renseignements aux investisseurs, en particulier les banques, et leur permet de déterminer si votre projet—et vous-même—représentez des risques viables.

En d'autres termes, le plan d'affaires est un résumé écrit de toutes les activités de votre projet d'entreprise. Il décrit :

« Les nouveaux entrepreneurs devraient étudier et prendre pour modèle le plan d'affaires d'une entreprise qui a réussi pour savoir comment s'y prendre. Faites le revoir par plusieurs personnes avant de le présenter officiellement. »

Markus Latzel
PDG
Palomino System Innovations Inc.
Toronto

« Quand vous lancez une nouvelle entreprise, il est important d'obtenir l'assistance extérieure nécessaire », explique Mark Alexander, directeur des ventes de Mine Source Inc., à Sudbury.

Mark parle d'expérience. En janvier 2003, lui et ses partenaires (son frère et son père) ont lancé minesource.com, un site Web unique proposant la plus grande source d'équipement minier et de traitement des minéraux d'occasion au monde, grâce au programme E-Strat (stratégie électronique) de la Banque de développement du Canada (BDC).

L'idée de cette entreprise électronique est née de l'activité de Mindecom, un service de désaffectation des mines créé en 1989.

« Mindecom était chargée de fermer physiquement les mines et de remettre les terrains dans leur état d'origine, explique Mark. C'est en effectuant ce travail que Mindecom a fait l'acquisition de l'équipement abandonné, pour essayer ensuite de le vendre. »

L'entreprise a d'abord bien marché, mais en 2001, elle s'est retrouvée avec une base de données pléthorique et un marché canadien saturé. C'est alors que les partenaires ont eu l'idée de créer un site Web pour gérer la base de données et trouver des acheteurs dans le monde entier.

« Nous connaissions parfaitement le secteur de l'équipement minier, dit Mark. Mais nous savions aussi que, pour le développement et la construction d'un site Web, nous devons faire appel à des professionnels. »

Les partenaires ont passé six mois à élaborer un solide plan d'affaires, puis encore une année à développer le site Web grâce au programme E-Strat (stratégie électronique) de la Banque de développement du Canada.

Le fruit de leurs efforts est minesource.com, un site convivial où les clients intéressés par l'achat d'équipement minier peuvent effectuer des recherches anonymes, accéder à des devis gratuits et ajouter leur propre équipement à la base de données, le tout sans frais.

Un autre élément clé de la réussite du site est le système de surveillance qui permet d'effectuer le suivi de la qualité et de la quantité des transactions, en offrant des renseignements importants sur le profil des visiteurs du site, le temps passé sur certaines pages et le moment où ils quittent le site.

« La BDC possède l'expérience nécessaire pour comprendre et traduire la mentalité de notre marché cible, explique Mark. Nous sommes capables d'exploiter ces connaissances et de rendre notre site très performant. »

- l'activité de l'entreprise;
- ce qu'elle peut faire pour être concurrentielle dans son secteur d'activité;
- comment elle sera exploitée au jour le jour;
- des renseignements financiers essentiels y compris des projections sur les produits d'exploitation et les charges de l'entreprise et votre situation financière personnelle.

Votre plan doit être :

- concis;
- facile à lire;
- complet;
- professionnel.

Il doit également comprendre les éléments suivants :

- un résumé/une description de l'entreprise comprenant :
 - * le nom commercial et l'emplacement de votre entreprise;
 - * la structure de l'entreprise (entreprise individuelle, partenariat, société);
 - * des détails sur le produit ou service offert;
 - * les raisons pour lesquelles ce produit ou service est nécessaire;
 - * les avantages de votre produit ou service par rapport à la concurrence;
 - * votre savoir-faire et celui de vos partenaires.

- une analyse de l'industrie et du marketing comprenant :
 - * des renseignements sur le secteur d'activité choisi et sur la place de l'entreprise dans ce secteur (part de marché);
 - * un profil de vos clients potentiels;
 - * une estimation du nombre de clients potentiels dans votre marché;
 - * des considérations sur l'emplacement de votre entreprise, le cas échéant, et la justification du choix d'un emplacement en termes de marketing;
 - * des détails sur vos principaux concurrents, et les avantages de votre produit ou service par rapport aux produits ou services de vos concurrents (commodité, service, performance);
 - * le prix de votre produit ou service et la méthode utilisée pour le calculer;
 - * une description de vos projets pour la publicité ou la promotion de votre produit ou service.
- un plan d'exploitation comprenant :
 - * une description générale de l'exploitation quotidienne de votre entreprise, y compris les heures d'ouverture, les jours d'ouverture, la nature saisonnière de votre activité, les fournisseurs et leurs conditions, etc.;
 - * les produits et services dont vous aurez besoin et les fournisseurs qui vous approvisionneront;
 - * les antécédents et l'expérience des principaux cadres de direction;
 - * vos employés, y compris leurs responsabilités et obligations, et la formation nécessaire;
 - * les licences ou permis requis.
- un plan de financement qui décrit :
 - * le coût des licences/permis, conseils juridiques, assurances de l'entreprise;
 - * le coût de la location des bureaux, des fournitures et du matériel;
 - * le coût des employés que vous allez embaucher;
 - * le montant et la source des fonds de démarrage;

« Vous n'avez pas de plan d'affaires ?
Autant commencer à planifier votre échec. »

Ron Foxcroft
Fox 40 and Fluke Transport

Markus Latzel travaillait comme chercheur au *Centre for Vision Research* de l'Université York quand on lui a demandé de créer un site Web pour le centre. Au cours de son travail, il est tombé sur WebPal, un système de gestion du contenu qui permet à n'importe quel employé de mettre à jour un site Web d'entreprise en quelques minutes.

Markus était persuadé qu'il existait un débouché intéressant pour WebPal, mais il n'avait pas les fonds nécessaires pour commercialiser son produit—et pour obtenir les fonds de démarrage, il savait qu'il se devait d'avoir un plan d'affaires solide.

La première chose que Markus a faite est d'aller chercher des informations sur Internet pour savoir comment rédiger un plan d'affaires.

« La rédaction de mon premier plan d'affaires n'a pas été tâche facile, dit-il. La principale difficulté était de ne pas se perdre dans l'idée elle-même. »

« Un plan d'affaires ne se limite pas à l'idée d'entreprise, l'idée tient dans la première page. La vraie difficulté consiste à traduire son idée en modèle d'entreprise, dit-il. Vous devez démontrer comment vous allez vendre votre produit, décrire la concurrence et les avantages de votre produit par rapport au leur, expliquer comment vous allez le commercialiser et par quels canaux de distribution, préciser les marges bénéficiaires, et indiquer où vous allez recruter vos employés. Il ne faut négliger aucun aspect—c'est dans votre intérêt et dans celui de vos sources de financement. »

Après avoir rédigé son plan d'affaires, Markus est allé demander conseil à tous les entrepreneurs qu'il connaissait. « C'est une bonne idée de se faire aider pour rédiger son plan d'affaires, dit-il. Les gens sont toujours heureux de vous donner des conseils et, croyez-moi, cela vaut la peine d'écouter des entrepreneurs qui ont réussi. »

À la suite de ses consultations, Markus a apporté quelques modifications à son plan et l'a personnalisé en fonction de ses différentes clientèles cibles—gouvernement, investisseurs providentiels et sociétés à capital de risque.

Ses efforts ont payé. Markus a reçu une subvention de 100 000 \$ des Centres de l'Excellence de l'Ontario (CEO) et une subvention de 20 000 \$ de l'Institute for Robotics and Intelligent Systems—suffisamment pour le démarrage de Palomino. Palomino est aujourd'hui une entreprise florissante qui compte des clients au Canada et aux É.-U.

- * les prévisions de trésorerie;
- * les sources de financement, y compris votre valeur nette personnelle.
- les coordonnées de votre avocat, comptable, agent ou courtier d'assurance.

Vous trouverez un tas d'endroits sur le Web pour vous aider à préparer votre plan d'affaires. Commencez par le **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs** www.sbe.gov.on.ca, c'est probablement le meilleur site. Un consultant du Centre étudiera avec vous vos besoins et vous fournira une analyse professionnelle de votre plan une fois qu'il sera prêt.

Vous pouvez aussi consulter le site Web du **Centre de services aux entreprises Canada-Ontario (CSECO)** à www.cbsc.org. Le Plan d'affaires interactif du CSECO vous guidera tout au long des étapes de la rédaction du plan d'affaires en :

- vous montrant quel doit être le contenu de votre plan d'affaires;
- vous fournissant un modèle pour la rédaction de votre plan;

« J'ai suivi des études en arts et en science. J'avais acquis l'expérience de la vie, mais je n'avais aucune expérience en affaires. Le Centre d'entrepreneuriat m'a mis un plan sous les yeux et je n'ai eu qu'à le suivre—de A à Z. »

Nicholas Courchesne
Extreme Blendz Nutrition Centre & Juice Bar
Ottawa

- vous indiquant où trouver et comment recueillir les informations dont vous avez besoin;
- vous aidant à préparer des prévisions financières.

Dernier point important : le plan d'affaires n'est pas un document fixe. Pour être efficace, il doit être adapté à votre public cible et être modifié en fonction de l'évolution de votre entreprise.

Liste de contrôle pour la préparation d'une entreprise

Vous devriez maintenant avoir choisi :

- ✓ une idée d'entreprise;
- ✓ une option (partir de zéro, acheter une entreprise existante ou acheter une franchise);
- ✓ une structure d'entreprise (entreprise individuelle, partenariat, société);
- ✓ un nom commercial.

Et vous devriez aussi avoir :

- ✓ un plan d'affaires complet qui résume en détail les activités de votre entreprise.

À présent, vous êtes prêt à travailler sur les détails du démarrage proprement dit.

Démarrage de l'entreprise



À présent que vous avez rédigé votre plan d'affaires, vous êtes prêt pour le démarrage de l'entreprise. Votre première priorité est de trouver un financement.

Financement

Vous avez plusieurs choix. Il est probable que vous devrez combiner plusieurs des options ci-dessous :

- **Actif personnel**
Vous aurez sûrement besoin d'utiliser vos propres fonds pour démarrer votre entreprise, soit en puisant dans vos économies, soit en vendant des biens personnels. Vous pouvez aussi obtenir des fonds de démarrage par le biais de vos cartes de crédit ou de votre REER. Dans le premier cas, vous risquez de devoir payer des taux d'intérêt élevés (à moins de posséder une carte à faible taux d'intérêt), et dans le deuxième cas, vous devrez ajouter le montant à votre revenu et payer des impôts dessus, c'est pourquoi vous devez bien réfléchir avant de recourir à ces options.
- **Argent collecté auprès des proches**
Emprunter de l'argent à des parents ou des amis est une solution (de nombreux entrepreneurs l'ont fait, parmi lesquels Bill Gates de Microsoft), mais il est conseillé de bien réfléchir avant de s'engager dans cette

voie. L'argent peut avoir un effet néfaste sur les relations et il est préférable de ne pas impliquer des parents ou des amis dans votre entreprise, surtout s'ils ne sont pas eux-mêmes des entrepreneurs.

Si vous empruntez quand même de l'argent à des parents ou des amis, pensez à formaliser un éventuel prêt au moyen d'un billet à ordre qui définit le montant du prêt, les intérêts à payer et le taux d'intérêt, les modalités et l'échéance de remboursement du prêt, et la garantie offerte pour le remboursement du prêt. Le billet à ordre permet de clarifier l'entente entre les deux parties.

« Si vous n'y arrivez pas tout de suite, persévérez. Ce n'est pas facile de trouver une source de financement, mais si vous pouvez justifier la viabilité et la fiabilité de votre entreprise (existante ou potentielle), vous aurez de bonnes chances. »

Eric Grant-O'Grady
Two Stage Innovation Inc.
Milton

- **Institutions financières**

En dehors de vos propres ressources, les institutions financières (banques, sociétés de fiducie et coopératives d'épargne et de crédit) sont la principale source de financement des petites entreprises. Elles offrent un certain nombre d'options : lignes de crédit, prêts à court terme, prêts hypothécaires à long terme et dans certains cas, prêts sur inventaire ou comptes débiteurs. L'Association des banquiers canadiens www.cba.ca offre des liens avec toutes les banques à charte membres de l'Association.

- **La Banque de développement du Canada (BDC)** www.bdc.ca est une autre source de financement possible. La BDC se présente comme un chef de file des services conseil et du financement aux petites entreprises. En fonction de votre situation, la BDC pourra vous prêter jusqu'à 150 000 \$.

- **Investisseurs providentiels**

Les investisseurs providentiels sont des personnes ou des groupes fortunés qui investissent leur argent dans de nouvelles entreprises prometteuses, généralement dans la même branche d'activité que la leur. Les investisseurs providentiels avancent des fonds (entre 10 000 \$ et 2 millions de dollars) aux premiers stades de la nouvelle entreprise en échange d'une participation. Ils ciblent les

« Une idée fausse très répandue est que le gouvernement offre un tas de possibilités de financement. En réalité, les subventions existent, mais les critères d'obtention sont extrêmement rigoureux, et les candidatures des nouveaux entrepreneurs sont presque toujours rejetées. Les entrepreneurs qui souhaitent démarrer une nouvelle entreprise doivent bien comprendre qu'il n'y a pas d'argent facile. »

Judi Riddolls
Directrice générale, Centre d'encadrement des entrepreneurs de Guelph Wellington Guelph

entreprises qui présentent un fort potentiel de croissance et de rentabilité. Les investisseurs providentiels s'intéressent à l'exploitation de l'entreprise et leur contribution peut s'avérer très utile. Votre avocat ou comptable peut vous aider à trouver un investisseur providentiel. Vous pouvez aussi en chercher un parmi les entreprises de votre collectivité locale ou visiter le site Web de la **National Angel Organization** www.angelinvestor.ca.

- **Investisseurs en capital de risque**

Comme les investisseurs providentiels, les investisseurs en capital de risque recherchent des entreprises qui présentent un fort potentiel de croissance et de rentabilité. Ils offrent de l'argent, leur expertise en gestion d'entreprise et des relations en échange d'une participation dans l'entreprise. En règle générale, les sociétés d'investissement en capital de risque ne s'intéressent pas aux entreprises qui ont besoin de moins de 500 000 \$, préférant les opérations d'au moins trois millions de dollars. Vous pouvez obtenir une liste des investisseurs de capital de risque auprès de l'Association canadienne du capital de risque et d'investissement www.cvca.ca

- **Options de financement d'organismes du gouvernement et sans but lucratif**

Il existe un certain nombre de programmes de financement offerts par le gouvernement et des organismes sans but lucratif. Ce financement est parfois destiné spécifiquement à des groupes cibles, tels que les jeunes et les autochtones. Nombre de ces programmes comprennent une formation pratique, l'assistance à la planification et des services de mentorat. Voici quelques-uns des principaux programmes de financement :

- * Le **Programme de financement des petites entreprises du Canada (FPEC)** strategis.ic.gc.ca peut aider les entreprises à obtenir des prêts à terme allant jusqu'à 250 000 \$ pour le financement des immobilisations requises pour l'exploitation de l'entreprise (achat ou modernisation du matériel ou des biens).

- * Le **Programme de développement des collectivités en Ontario (PDC)** www.ontcfdc.com offre des options de financement remboursables jusqu'à 150 000 \$ sous forme de prêts, garanties d'emprunt, et placements en actions pour financer les petites ou nouvelles entreprises et les aider à maintenir ou créer des emplois dans les collectivités rurales et du Nord de l'Ontario.
- * La **Fondation Canadienne des jeunes Entrepreneurs** www.cybf.ca
Le programme de prêts fournit des prêts jusqu'à 15 000 \$ aux jeunes entrepreneurs de 18 à 34 ans pour démarrer leur entreprise.
- * Le programme **Travail indépendant** www.hrsdc.gc.ca offre aux personnes en chômage admissibles à l'assurance-emploi un soutien financier au revenu et à l'entrepreneuriat pour les aider à lancer leur propre entreprise.

Il existe aussi plusieurs autres programmes d'assistance gouvernementale. Pour une liste complète, consultez le site Web d'**Industrie Canada** <http://strategis.ic.gc.ca>.

Obtenir un financement pour le lancement d'une nouvelle entreprise n'est pas chose facile.

Quand vous rencontrez un banquier ou un investisseur, il est important que vous soyez parfaitement préparé. Avant de vous avancer de l'argent, le prêteur veut savoir ce que vous comptez en faire et comment vous comptez le rembourser.

- ✓ N'oubliez pas de vous munir de votre plan d'affaires, de votre résumé d'entreprise et de vos états financiers (vous devez les connaître par cœur).
- ✓ Vous devez connaître votre cote de solvabilité; montrez au prêteur que votre cote est bonne (si elle l'est), ou que vous prenez des mesures concrètes pour l'améliorer (si elle ne l'est pas).

- ✓ Soyez bien informé sur votre entreprise et votre secteur d'activité.
- ✓ Montrez au prêteur ce que vous comptez faire de l'argent et pourquoi il doit vous faire confiance.

Et enfin, soyez persévérant. Il est probable que vous devriez vous adresser à plusieurs prêteurs ou investisseurs avant d'en trouver un qui vous fait confiance.

Assistance professionnelle

Une fois que vous avez obtenu votre financement, vous pouvez vous consacrer à d'autres détails. Puisque vous allez avoir besoin de conseils, vous devriez envisager de faire appel à des spécialistes avant de continuer (si ce n'est déjà fait).

Vous aurez besoin des services des quatre spécialistes suivants, soit dans l'immédiat, soit dans le futur.

- Un avocat, qui vous aidera à :
 - * créer une société ou un partenariat;
 - * acheter une entreprise ou une franchise;
 - * relire les documents de démarrage (contrats de prêt, locations et contrats divers);

« Qu'il s'agisse d'une présentation orale ou de votre plan d'affaires, il est important que vous fassiez bonne impression pour attirer l'attention d'un prêteur. Vos informations doivent être précises et vous devez être direct et concis. Si votre demande de financement est refusée, demandez pourquoi et essayez d'obtenir le nom d'un autre prêteur avec qui vous aurez de meilleures chances. »

Tony Maruna
Directeur de compte
Banque de développement du Canada

- * régler les questions liées à la propriété intellectuelle, aux brevets et aux marques de commerce;
 - * vous représenter au cas où vous feriez l'objet de poursuites;
 - * liquider ou vendre votre entreprise.
- Un comptable, qui vous aidera à :
 - * présenter votre plan d'affaires aux investisseurs potentiels;
 - * acheter une entreprise ou une franchise;
 - * préparer des budgets et un état de l'évolution de votre situation financière;
 - * mettre en place un système de tenue de la comptabilité;
 - * préparer la TPS, la TVD, les retenues sur la paie, etc., et traiter avec l'Agence de revenu du Canada (ARC);
 - * préparer votre déclaration de revenus.
 - Un agent ou courtier d'assurance, qui :
 - * vous fournira des conseils sur le type d'assurances et de couvertures dont vous avez besoin;
 - * vous procurera une couverture d'assurance.
 - Un banquier, qui :
 - * vous aidera dans tous les aspects du financement de votre entreprise, des prêts de démarrage et d'exploitation aux prêts hypothécaires et aux baux en passant par les lignes de crédit.

« Les spécialistes—avocats, comptables et agents ou courtiers d'assurance—sont essentiels à la réussite d'une entreprise. Les Centres d'encadrement des petits entrepreneurs offrent l'accès à ces spécialistes à un prix très raisonnable. De nombreux entrepreneurs sous-estiment la valeur des spécialistes. Ils les considèrent comme une dépense, et non pas comme un investissement. »

Carolynn Reid
Chef
entrepreneurs de Hamilton

Selon le type d'entreprise que vous lancez (et selon vos compétences et celles de vos éventuels partenaires), vous aurez peut-être besoin à un moment ou à un autre des professionnels suivants :

- évaluateur d'entreprise;
- consultant en marketing;
- concepteur graphique;
- concepteur de sites Web;
- consultant en informatique.

Lorsque vous reprenez les services d'un spécialiste, assurez-vous qu'il possède de l'expérience dans le domaine des petites entreprises et que ses honoraires sont raisonnables. Le meilleur moyen de trouver un spécialiste en qui vous avez confiance est de se faire recommander quelqu'un par des collègues, des parents ou des amis, en particulier s'ils sont eux-mêmes en affaires. Vous pouvez aussi vous adresser à votre **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs** local www.sbe.gov.on.ca.

Avant de retenir les services d'un professionnel, rencontrez-le pour vous assurer que vous vous entendrez bien. L'idéal, c'est de travailler en équipe avec votre avocat/comptable/assureur/banquier.

Retenir les services de professionnels peut vous sembler coûteux, en particulier au démarrage de l'entreprise, lorsque votre budget est très serré, mais à long terme, vous serez gagnant. Comme l'explique le directeur d'un *Centre d'encadrement des petits entrepreneurs*, « N'attendez pas d'être en difficulté pour faire appel à des professionnels. Leur rôle est précisément de vous éviter les problèmes avant qu'ils ne surviennent. »

Toutes les petites entreprises sont soumises à certaines lois et certains règlements. En tant qu'entrepreneur, vous devez les connaître et les respecter (dans ce domaine, les spécialistes peuvent vous être particulièrement utiles).

Constitution de l'entreprise en société

Si vous avez décidé de vous constituer en société de régime provincial, vous devrez :

- remplir et déposer les statuts constitutifs de votre entreprise auprès du ministère des Services gouvernementaux;
- soumettre un rapport de recherche de nom NUANS (sauf si vous constituez une société à dénomination numérique)—consultez les Pages jaunes de l'annuaire téléphonique sous la rubrique « Searchers of Record » pour trouver une maison de recherche de nom;
- payer des droits de 360 \$ (à l'ordre du ministère des Finances si vous payez par chèque).

Vous pouvez remettre vos documents:

- en personne ou par courrier au Bureau de la Direction des compagnies de Toronto:

393, avenue University, bureau 200
Toronto ON M5G 2M2
Sans frais : 1 800 361-3223 (en Ontario)
Tél. : 416 314-8880
Télé. : 416 314-0102

- en personne dans l'un des bureaux d'enregistrement immobilier de l'une des municipalités suivantes :

Barrie	Peterborough
Hamilton	Sarnia
Kingston	Sault Ste. Marie
Kitchener	Sudbury
London	Thunder Bay
Oshawa	Welland
Ottawa	Windsor

Vous trouverez les adresses et numéros de téléphone de ces bureaux dans les Pages bleues de votre annuaire téléphonique sous la rubrique « Enregistrement immobilier ».

- par voie électronique, par l'entremise de l'un des prestataires de services sous contrat avec le Ministère :

Cyberbahn Inc.
Tél. : 416 595-9522
Sans frais : 1 800 806-0003
www.cyberbahn.ca

OnCorp Direct Inc.
Tél. : 416 964-2677
Sans frais : 1 800 461-7772
www.oncorp.com

Si vous désirez constituer une société de régime provincial sans but lucratif, consultez le site Web du **ministère des Services gouvernementaux** www.mgs.gov.on.ca. Vous pouvez aussi appeler le Ministère au 416 314-8880 ou sans frais en Ontario au 1 800 361-3223.

Il peut être utile de compter sur les services d'un avocat ou d'un comptable expérimenté pour vous occuper de la constitution de votre société. Il vérifiera que les formulaires de constitution sont bien remplis, ce qui vous évitera d'éventuels problèmes par la suite.

Votre avocat ou votre comptable pourra également vous donner des conseils sur la constitution de votre entreprise en société de régime fédéral. Pour en savoir plus, sur la constitution de sociétés de régime fédérale, à but lucratif ou sans but lucratif, contactez **Corporations Canada** <http://strategis.ic.gc.ca>.

« Les spécialistes sont très importants. Un entrepreneur intelligent est quelqu'un qui sait prendre des risques mais qui connaît ses limites. Nous faisons régulièrement appel aux services des spécialistes. Les gens n'aiment pas dépenser leur argent, mais c'est de l'argent bien dépensé. »

Eric Grant-O'Grady
Two Stage Innovation Inc.
Milton

Programmes gouvernementaux

Le gouvernement fédéral et le gouvernement de l'Ontario ont fait de gros efforts pour aider les petites entreprises à se conformer à leurs programmes. Il est désormais possible de s'inscrire aux programmes provinciaux et fédéraux suivants par l'**Inscription en Direct des Entreprises** www.businessregistration.gc.ca sur le site Web de l'**Agence du revenu du Canada (ARC)** en partenariat avec **Entreprises branchées de l'Ontario**.

- Enregistrement du nom commercial;
- Impôt sur le revenu des sociétés;
- Taxes sur les produits et services (TPS);
- Taxe de vente au détail (TVD);
- Retenues sur la paie;
- Impôt-santé des employeurs;
- Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail (CSPAAT).

« Pour obtenir une licence d'exploitation, un numéro de taxe de vente de vente au détail et l'inscription à la TPS, je me suis mis sur un ordinateur au Centre d'encadrement des entrepreneurs de Guelph-Wellington et avec un peu d'aide, j'ai trouvé ce que je cherchais. En dix minutes, mon entreprise était sur les rails. »

Robert Land
Robert Land Footwear
Guelph

Enregistrement du nom commercial

Si vous avez constitué une société, vous avez déjà enregistré votre nom commercial.

Si vous avez choisi de ne pas vous constituer en société, vous devrez faire enregistrer votre nom commercial auprès de la Province de l'Ontario sauf si vous exploitez une entreprise individuelle sous votre nom légal. Si vous ajoutez un seul mot à votre nom légal (p. ex. Entreprises Untel ou Compagnie Untel) vous êtes obligé de vous faire enregistrer.

L'enregistrement est une opération simple et rapide.

Vous pouvez enregistrer votre nom commercial :

- En ligne, par l'entremise du site Web d'**Entreprises branchées de l'Ontario** www.mgs.gov.on.ca ou dans un terminal libre-service d'Entreprises branchées de l'Ontario.
- En personne ou par courrier à Toronto
Bureau de la Direction des compagnies
393, avenue University, bureau 200
Toronto ON M5G 2M2
Sans frais : 1 800 361-3223 (en Ontario)
Tél. : 416 314-8880
Télec. : 416 314-0102

Les droits d'enregistrement s'élèvent à 60 \$ par le biais d'Entreprises branchées de l'Ontario et à 80 \$ par courrier.

L'enregistrement est valable cinq ans.

Avant d'enregistrer votre nom commercial, vérifiez que le nom que vous avez choisi n'est pas déjà pris. Dans ce cas, choisissez-en un autre.

Vous ne pouvez pas effectuer une recherche de nom par le biais d'Entreprises branchées de l'Ontario, mais vous pouvez faire votre recherche sur l'un des 140 terminaux d'Entreprises branchées de l'Ontario disséminés à travers l'Ontario. Vous en trouverez peut-être un

dans votre *Centre d'encadrement des petits entrepreneurs* local. Sinon, consultez la liste sur : www.mgs.gov.on.ca. Les droits de recherche du nom s'élèvent à 12 \$.

Impôts et taxes

Impôt sur le revenu

Les entreprises doivent s'acquitter d'un impôt sur le revenu fédéral et provincial.

Vos impôts sont calculés sur les bénéfices de votre entreprise (c'est-à-dire votre revenu brut), moins les charges légitimes de l'entreprise, qui comprennent notamment :

- la location et l'entretien des bureaux;
- les intérêts hypothécaires et les impôts fonciers sur les biens immobiliers que vous possédez et utilisez pour votre entreprise;
- le matériel ou l'équipement de location;
- le coût d'achat ou de fabrication des biens que vous vendez;
- les frais de livraison et de transport;
- les services publics;
- les primes d'assurance;
- les droits de licence et de permis;
- les droits d'adhésion à une association commerciale ou professionnelle;
- les frais d'avocat, de comptable, et autres services professionnels;
- la publicité pour l'entreprise;
- les frais de déplacement;
- les frais de représentation;
- les salaires et avantages sociaux des employés.

Pour en savoir plus, visitez le site Web de l'**Agence de revenu du Canada (ARC)** www.cra-arc.gc.ca mais n'oubliez pas que les services d'un bon comptable peuvent être utiles pour votre impôt sur le revenu. Le comptable vous aidera à calculer toutes vos charges légitimes pour vous éviter de payer des impôts en trop.

Taxe sur les produits et services (TPS)

La TPS de 6 % s'applique pratiquement à tous les biens et services vendus en Ontario, à l'exception notable des biens et services vendus au gouvernement.

Si votre entreprise fournit des biens et services taxables, et que vos revenus annuels dépassent 30 000 \$, vous devez vous inscrire à la TPS. Dans ce cas, il vous faudra demander un numéro d'entreprise auprès de l'ARC soit par téléphone au 1 800 959-5525, soit en ligne à www.businessregistration.gc.ca ou par le biais d'**Entreprises branchées de l'Ontario** www.mgs.gov.on.ca.

Lorsque vous êtes inscrit à la TPS, vous devez facturer et percevoir la TPS à tous vos clients et l'envoyer à l'ARC. Vous pouvez demander le remboursement de la TPS que vous payez vous-même sur l'achat des biens et services dont vous avez besoin pour votre entreprise.

Si vos ventes annuelles taxables sont inférieures à 500 000 \$, vous devez effectuer un versement trimestriel et produire une déclaration annuelle. Si vos ventes annuelles taxables se situent entre 500 000 \$ et 6 millions de dollars, vous devez produire une déclaration mensuelle et effectuer un versement trimestriel. Et enfin, si vos ventes annuelles taxables dépassent 6 millions de dollars, vous devez produire une déclaration mensuelle et effectuer un versement mensuel.

Même si vous pensez que vos revenus annuels ne dépasseront pas 30 000 \$ au cours de la première année d'exploitation, vous pouvez demander un numéro de TPS et facturer la taxe. Ainsi, vous pourrez récupérer la TPS que vous avez payée sur l'achat des biens et services pour votre entreprise. De plus, en ne percevant pas la TPS, vous donnez l'impression à vos clients que votre entreprise est peu importante, ce qui n'est pas très judicieux.

Taxe de vente au détail (TVD)

La TVD (également appelée Taxe de vente provinciale ou TVP) s'applique à la plupart des biens vendus en Ontario, ainsi qu'aux services d'installation, de réparation et d'entretien des biens et du matériel taxables. Elle s'applique aussi aux aliments préparés dont le montant total est supérieur à 4 \$.

Le taux général de TVD en Ontario est de 8 %. Des taux spéciaux s'appliquent à l'hébergement temporaire pour une durée de moins d'un mois (5 %), aux frais d'adhésion supérieurs à 4 \$ (10 %) et aux boissons alcoolisées (10 % et 12 % selon la méthode de distribution).

Si votre entreprise vend des biens et services taxables, vous devez facturer et percevoir la TVD, et la verser au ministère des Finances. Vous devez également vous inscrire auprès du ministère des Finances afin d'obtenir un certificat d'inscription et un numéro de taxe provinciale. Vous pouvez vous inscrire en ligne sur le site Web du **ministère des Finances** www.fin.gov.on.ca ou d'**Entreprises branchées de l'Ontario** www.mgs.gov.on.ca.

Pour en savoir plus sur la TVD, appelez le bureau de TVD le plus proche de chez vous. Vous trouverez une liste des bureaux auprès du **Centre d'information du ministère des Finances** en appelant au 1 800 263-7965 ou en visitant : www.trd.fin.gov.on.ca.

Retenues sur la paie

Si vous avez des employés, vous êtes obligé d'effectuer des retenues fédérales et provinciales.

Les retenues sur la paie fédérales sont décrites sur les sites suivants :

- **Assurance-emploi**
www.hrsc.gc.ca
- **Régime de pensions du Canada (RPC)**
www.sdc.gc.ca

Vous devez ouvrir un compte de retenues sur la paie auprès de l'Agence de revenu du Canada (ARC). Vous devez retenir les cotisations à l'assurance-emploi, les cotisations au RPC et l'impôt sur le revenu des sommes que vous versez à chaque employé, puis vous devez envoyer ce montant *avec vos propres cotisations au RPC et à l'assurance-emploi*, à l'ARC www.cra-arc.gc.ca.

Les retenues sur la paie provinciales sont :

- **Primes de la Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail (CSPAAT)**
www.wsib.on.ca—pour savoir si vous devez ou non verser ces retenues sur la paie, renseignez-vous auprès de la Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail la plus proche de chez vous (vous trouverez la liste sur le site Web de la Commission).
- **L'impôt-santé des employeurs**
www.trd.fin.gov.on.ca—si le montant total de votre paie ne dépasse pas 400 000 \$, vous n'êtes pas obligé de verser cette retenue.

Lorsque Lance et Mike Coon ont annoncé à leurs parents qu'ils allaient lancer une entreprise de location de jeux, d'activités, et de matériel de cuisine pour des événements d'entreprises et des attractions pour enfants (glissades et trampolines gonflables, mini-autos, tricycles et carnaval, Olympiques velcro, etc.), « ils nous ont pris pour des fous, raconte Mike en riant, mais ils n'ont pas essayé de nous en dissuader ».

À l'époque, le créneau était occupé par trois sociétés à Toronto, et les deux frères étaient persuadés qu'il y avait de la place pour une quatrième. En plus, Lance avait déjà acquis de l'expérience dans le secteur pour avoir travaillé dans une entreprise similaire.

Pourtant, dès le début, ils n'ont cessé de se heurter à des obstacles, à commencer par le financement. « Les banques n'y croyaient pas », raconte Lance. Alors, tant bien que mal, les deux frères ont réuni la somme de 5 000 \$ (en puisant dans leurs économies et en empruntant à leurs parents) avec laquelle ils ont acheté deux jeux d'une société en faillite. Puis ils se sont installés dans le garage de leurs parents à Scarborough sous le nom de Redline Promotions.

Après cela, il leur a fallu trouver une compagnie qui voulait bien assurer leur entreprise. « Notre activité était difficile à décrire. Et la difficulté était de convaincre les gens que les risques étaient minimales, continue Lance. Nous avons appelé toutes les compagnies d'assurance, nous avons fait le suivi des recommandations jusqu'à ce que nous en trouvions une qui accepte de nous couvrir. »

Ensuite, ils ont eu besoin d'un permis d'exploitation. « Notre secteur d'activité est très réglementé, explique Lance. Nous avons dû obtenir un permis d'exploitation non seulement pour notre entreprise, mais aussi pour chaque appareil. »

Après cela, il a fallu trouver des clients. « Les premières années ont été très dures, se souvient Mike. Nous avons tout fait nous-mêmes. Consulter les annuaires d'événements et d'activités pour enfants pour trouver des clients, solliciter les clients au hasard, envoyer des publipostages. »

Et comme ils ont eu du mal à recruter des employés (« les bons employés ne courent pas les rues »), ils se sont retrouvés à livrer et superviser eux-mêmes leurs jeux.

« Nous n'arrêtons pas de travailler », raconte Lance. Les deux frères ont réinvesti presque tous leurs gains dans leur entreprise pour pouvoir acheter d'autres jeux et rester concurrentiels.

À la fin de la deuxième année, leur chiffre d'affaires avait pratiquement doublé, ce qui leur a permis de quitter leur garage et de s'installer dans des locaux plus spacieux dans un complexe industriel.

C'était il y a huit ans. Ils ont déménagé deux fois depuis. Aujourd'hui, l'entreprise fait en moyenne 100 événements par mois, emploie 15 personnes en haute saison (de mai à octobre) et possède plus de 500 000 \$ de jeux, d'activités et de matériel de cuisine.

Quant à Mike et Lance, ils continuent de travailler jusqu'à 80-100 heures par semaine—et en plus, ils aiment ça ! « Nous aimons le défi de bâtir quelque chose, c'est très stimulant, dit Mike. Et nous aimons aussi le fait qu'on ne sait jamais ce que nous réserve la journée de travail. Chaque jour apporte son lot différent. »

En tant qu'employeur, vous êtes le dépositaire des retenues sur la paie jusqu'à ce que vous les envoyiez au gouvernement, il est donc important de les conserver séparément des fonds d'exploitation de votre entreprise.

Livres et registres

Vous êtes tenu par la loi de tenir des registres et des livres comptables complets et ordonnés (dans le cas de l'impôt sur le revenu, vous devez les conserver pendant six ans à partir de la fin de la dernière année d'imposition à laquelle ils se rapportent).

Cela peut coûter assez cher, surtout si vous embauchez des employés.

Si vous avez un comptable, cette personne pourra s'occuper de la tenue de vos livres, vous aider à trouver un bon aide-comptable (les aides-comptables coûtent généralement moins cher que les comptables) ou vous conseiller un bon programme logiciel de comptabilité et de tenue des livres pour vous permettre de faire vous-même votre comptabilité.

Licences

De nombreuses entreprises ont besoin d'une licence fédérale, provinciale et/ou municipale. Il peut s'agir d'un permis d'exploitation, d'une permission spéciale pour implanter votre entreprise à l'emplacement de votre choix ou de qualifications particulières pour vous et vos employés.

Pour savoir si votre entreprise a besoin d'une permission spéciale du gouvernement, contactez votre **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs** local www.sbe.gov.on.ca ou le **Centre de services aux entreprises Canada-Ontario** www.cbosc.org/ontario au 1 800 567-2345.

Par ailleurs, chaque gouvernement municipal est habilité à délivrer ses propres permis d'exploitation d'entreprise dans sa juridiction. La plupart des entreprises ont besoin d'un permis municipal, il est donc conseillé de consulter le service compétent pour vous en assurer. Vous trouverez les coordonnées de votre gouvernement local dans les Pages bleues de l'annuaire téléphonique.

Zonage

Toutes les municipalités ont des règlements en matière de zonage et de construction. Renseignez-vous auprès des autorités municipales pour vérifier la conformité de votre entreprise à ces règlements. Adressez-vous à votre **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs** www.sbe.gov.on.ca ou au **Centre de services aux entreprises Canada-Ontario** www.cbosc.org pour tout renseignement.

Assurance

Assurance de biens, assurance contre les pertes d'exploitation, assurance générale de responsabilité civile, assurance collaborateurs, assurance invalidité, assurance des risques d'erreurs et d'omissions... la liste des assurances offertes aujourd'hui est presque infinie. Comment faire pour vous protéger contre les risques sans vous ruiner ?

C'est là qu'un agent ou un courtier d'assurance expérimenté peut faire la différence. Cette personne pourra vous aider à évaluer les risques dans votre secteur d'activité et vous conseiller sur le type et le montant de couverture dont vous aurez besoin.

Votre agent ou courtier d'assurance peut souvent vous trouver une assurance multirisque spécialement adaptée à votre petite entreprise, qui revient moins cher que des polices d'assurance individuelles.

Et si votre entreprise est installée à domicile, cela ne signifie pas pour autant que vous pouvez vous passer d'assurance. Votre police d'assurance-habitation ne couvre pas l'actif de l'entreprise—et pire encore, le fait d'installer votre entreprise à domicile risque d'invalider votre police d'assurance-habitation ordinaire. Il est donc important que vous en discutiez avec votre agent ou courtier d'assurance.

Location (ou achat) des locaux

À moins que votre entreprise soit installée à domicile, vous devrez acheter ou louer des locaux. Pour cela, vous devrez prendre en compte un certain nombre de facteurs, parmi lesquels :

- l'espace dont vous avez besoin;
- l'emplacement—sa proximité avec les clients potentiels, le zonage pour votre type d'activité;
- le stationnement;
- l'accès aux fournisseurs;
- la sécurité;
- le coût d'achat, si vous choisissez d'acheter vos locaux;
- le montant du loyer que vous pourrez payer et les services inclus;
- le montant que vous êtes prêt à payer pour des rénovations, au besoin.

Selon le type de votre entreprise, vous pourrez envisager au début de partager vos locaux avec une autre entreprise pour économiser de l'argent.

Vous pouvez aussi explorer la possibilité de louer un espace dans une pépinière d'entreprises. Les pépinières mixtes et spécialisées sont de plus en plus prisées parce qu'elles offrent une assistance pratique pour la gestion, l'éducation, les services de soutien technique et commercial, les ressources de réseautage, et les conseils financiers. Résultat : le taux de réussite est élevé. Pour en savoir plus sur les pépinières d'entreprises, contactez la **Canadian Association of Business Incubators (CABI)** www.cabi.ca.

Si vous décidez de louer les locaux, vous devrez signer un bail avec le propriétaire. Demandez à votre avocat de parcourir attentivement le contrat de bail et de vous l'expliquer avant de le signer. À l'inverse des locations résidentielles, les locations commerciales ne sont pas couvertes par la législation propriétaire/locataire; vous devez donc être prudent lorsque vous louez des locaux commerciaux.

Si vous décidez d'acheter, adressez-vous à un agent immobilier spécialisé dans les propriétés commerciales et demandez à votre avocat d'étudier l'offre avant d'acheter.

Communications de l'entreprise

Chaque entreprise a besoin d'outils de communications, certaines plus que d'autres.

Les possibilités sont nombreuses et diverses :

- un ordinateur—soit un ordinateur de bureau soit un ordinateur portable, selon vos besoins de mobilité;
- des logiciels :
 - * traitement de texte,
 - * comptabilité,
 - * gestion des contacts,
 - * présentations,
 - * vidéoconférence,
 - * simulation (pour la formation et l'évaluation des employés);
- un fournisseur de services Internet;
- un téléphone cellulaire et/ou un ordinateur de poche sans fil (avec accès au courriel, aux données d'entreprise, à l'Internet et à votre organisateur personnel ainsi qu'une fonction téléphonique);
- un télécopieur—un appareil autonome ou un programme logiciel sur votre ordinateur;

- un photocopieur—la plupart des télécopieurs intègrent cette fonction, mais si votre entreprise a de gros besoins de photocopie, vous devrez vous doter d'un photocopieur autonome;
- un scanner—pour numériser des documents dans votre ordinateur;
- une déchiqueteuse—pour l'élimination des données sensibles.

Quelle que soit votre activité, vous avez tout intérêt à créer et tenir un site Web. Le site Web est au cœur du commerce électronique (pour faire des affaires sur l'Internet) et, pour de plus en plus d'entreprises, c'est un outil fondamental dans l'environnement économique d'aujourd'hui.

Avec un site Web bien conçu, vous pourrez :

- coordonner les activités de l'entreprise avec les partenaires extérieurs, les fournisseurs, les distributeurs et les clients;
- promouvoir, commercialiser et vendre votre produit dans le monde entier, 24 heures sur 24;
- réduire vos coûts et accroître la rapidité de l'assistance et de la communication avec les clients;
- participer aux études de marché.

Il est possible de se doter d'un site Web adapté à son entreprise sans dépenser une fortune. De nombreux développeurs de sites Web offrent leurs services à des tarifs tout à fait raisonnables. Essayez d'obtenir des recommandations auprès d'entreprises dont vous avez aimé les sites Web.

« Vous n'êtes pas obligé de dépenser 50 000 \$ pour créer un site Web. Il est possible de bâtir un site de qualité pour moins de 5 000 \$, même un site de commerce électronique. Faites connaître votre site et cherchez des liens avec des sites comme le vôtre. Parlez à des entrepreneurs spécialisés dans le commerce électronique, vous apprendrez beaucoup de choses. »

Steve Sutherland
Ballistik Hockey Inc.
Ottawa

Une fois que vous disposez d'un bon site Web, il faut que les internautes puissent le trouver facilement sur les moteurs de recherche les plus prisés, comme Google, Yahoo! et AOL. Cela signifie que vous devrez vous familiariser avec le référencement dans les moteurs de recherche, ou trouver quelqu'un qui s'y connaisse. Renseignez-vous auprès de personnes impliquées dans le commerce électronique.

Et finalement, pour plus de renseignements sur le commerce électronique, adressez-vous aux organismes suivants :

- **Centre de services aux entreprises Canada-Ontario** www.cbasc.org/Ontario
L'Info-Guide—Affaires électroniques contient une mine de renseignements utiles sur tout ce qui concerne le commerce électronique, y compris le moyen de sécuriser vos opérations et votre site Web sur Internet.
- **La Banque de développement du Canada (BDC)** www.bdc.ca. La BDC offre des informations précieuses sur le commerce électronique et son site comprend des diagnostics de disponibilité et de pertinence du commerce électronique pour vous aider dans la planification d'une entreprise virtuelle.
- **La Banque Royale** www.rbcroyalbank.com qui offre elle aussi une section complète sur le commerce électronique.

Industrie Canada propose également un programme, intitulé **Étudiants bien branchés** www.scp-ebb.com qui fournit aux entreprises des étudiants de niveau postsecondaire spécialement formés pour assurer une formation Internet pratique et personnalisée sur place.

Recrutement des employés

Vous n'aurez peut-être pas besoin de recruter immédiatement des employés, mais il est probable que cela s'avère un jour indispensable, surtout si votre entreprise grandit.

Le fait de devenir employeur s'accompagne de certaines responsabilités, parmi lesquelles :

- s'inscrire auprès du ministère du Travail;
- payer régulièrement vos employés;
- effectuer des paiements réguliers aux gouvernements fédéral et provincial au nom de vos employés et cotiser votre part (impôt sur le revenu, Régime de pensions du Canada, assurance-emploi, vacances payées, jours fériés, et éventuellement la sécurité professionnelle et l'assurance contre les accidents du travail et l'impôt-santé des employeurs);
- tenir des dossiers sur vos employés;
- offrir aux employés un lieu de travail sûr et exempt de discrimination;
- motiver les employés et leur formuler des critiques constructives;

« Le réseautage est important à plusieurs niveaux. C'est un excellent moyen de rencontrer des contacts, et aussi de trouver des gens avec qui vous pouvez échanger des produits et services lors du lancement de votre entreprise, quand votre budget est limité. Le réseautage permet aussi de mettre en relation les entrepreneurs qui sont confrontés aux mêmes difficultés et qui comprennent votre situation. C'est un élément important, surtout au début. »

Carolynn Reid
Centre d'encadrement des petits entrepreneurs
Hamilton

- assurer la formation des employés;
- fournir et entretenir les outils ou le matériel dont les employés ont besoin;
- assumer une responsabilité financière et juridique pour les actions de vos employés.

Les normes d'emploi et les normes de santé et de sécurité au travail relèvent de la responsabilité du **ministère du Travail** www.labour.gov.on.ca, qui administre et applique les lois suivantes :

- *Loi sur les normes d'emploi;*
- *Loi sur l'équité salariale;*
- *Loi sur la santé et la sécurité;*
- *Loi limitant l'usage du tabac dans les lieux de travail.*

La **Loi sur les normes d'emploi** traite des aspects suivants :

- horaires de travail;
- salaire minimum;
- salaire de jours fériés;
- rémunération des heures supplémentaires;
- vacances payées;
- à travail égal, salaire égal;

« N'essayez pas de tout faire. Concentrez-vous sur vos objectifs, tout en faisant preuve de souplesse pour pouvoir profiter des occasions qui se présentent. N'oubliez pas qui sont vos clients et pourquoi ils achètent vos produits ou services. »

Leila Kuokkanen
SISU Scandinavian Home Accents
London

- avantages sociaux;
- congé de maternité et congé parental;
- congé spécial;
- cessation d'emploi;
- indemnité de licenciement;
- paiements forfaitaires de cessation d'emploi;
- établissements commerciaux.

La **Loi sur l'équité salariale** garantit un salaire égal pour un travail de même valeur.

La **Loi sur la santé et la sécurité** décrit les responsabilités des employeurs, des superviseurs, des travailleurs et des fournisseurs pour tout ce qui concerne la santé et la sécurité au travail. Il s'agit notamment de :

- assurer la sécurité du lieu de travail;
- préparer une politique de santé et de sécurité au travail pour le lieu de travail;
- informer les employés sur les risques éventuels et les former à la manutention, l'entreposage, l'utilisation, l'élimination et au transport des matières, des substances, des outils et du matériel.

La **Loi limitant l'usage du tabac dans les lieux de travail** établit des restrictions nettes sur l'usage du tabac dans les lieux de travail afin de limiter l'exposition au tabagisme passif.

En tant qu'employeur, il est de votre responsabilité de connaître la loi et de vous y conformer.

Pour plus de renseignements, adressez-vous au **ministère du Travail** www.labour.gov.on.ca. Votre **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs local** www.sbe.gov.on.ca pourra également vous être utile.

Avant de recruter des employés, vous devez :

- ✓ réfléchir sérieusement à vos besoins afin de bien cerner les qualifications et les compétences que vous recherchez;
- ✓ déterminer où et comment vous annoncerez vos offres d'emploi;
- ✓ préparer une liste de questions à aborder dans l'entrevue d'emploi;
- ✓ décider si les employés auront besoin de formation, et comment vous organiserez cette formation;
- ✓ explorer les programmes gouvernementaux susceptibles de vous aider à couvrir une partie des coûts (p. ex. ressources humaines, perfectionnement professionnel);
- ✓ élaborer des politiques pour tout ce qui concerne les employés (évaluations de rendement, augmentations de salaire, primes, congés et formation continue, etc.).

Lors de l'embauche, n'oubliez pas de mentionner :

- les obligations de l'employé;
- la date de début d'emploi (et la date de fin d'emploi, le cas échéant);
- les horaires de travail;
- le taux de salaire;
- les avantages sociaux (le cas échéant) que vous offrez;
- l'éventuelle période d'essai.

Pensez aussi à demander (et à vérifier) les références d'emploi des candidats à l'embauche.

Même s'il n'est pas juridiquement obligatoire de formaliser une entente entre l'employeur et l'employé, l'existence d'un contrat signé facilite les choses. Il permet en effet aux deux parties de connaître leurs responsabilités et, au besoin, de s'y référer.

Finalement, pour estimer le coût réel d'un employé, utilisez la règle de 1,2 : prenez le salaire de l'employé et multipliez-le par 1,2. Cela permet de compenser les jours de congé-maladie, les vacances et les jours fériés.

Commercialisation de l'entreprise

N'importe quel entrepreneur vous le dira : vous pouvez vendre le meilleur produit ou service, si personne ne le connaît, votre entreprise est vouée à l'échec. Le marketing et la publicité sont des atouts essentiels de la réussite—et au démarrage, le coût est toujours un obstacle.

Une fois que vous avez bien peaufiné votre message, comment allez-vous faire la promotion de votre entreprise sans vous ruiner ? Faites preuve de créativité ! Essayez de vous mettre à la place de vos consommateurs cibles. Où vos clients potentiels vont-ils se renseigner sur un produit ou service similaire au vôtre et qu'est-ce qui les pousserait à acheter votre produit ou service plutôt qu'un produit ou service concurrent ?

« Prenez le temps de vous familiariser avec votre marché et votre clientèle. Pensez à bâtir une base de données de clients. Trop souvent, les entrepreneurs négligent les gens qui ont déjà acheté leurs produits ou services. »

Paul Dandavino
Consultant
Centre d'encadrement des petits entrepreneurs
Timmins

Envisagez de :

- faire imprimer des cartes d'affaires qui indiquent clairement le produit ou service proposé par votre entreprise;
- parrainer ou coparrainer un événement de bienfaisance—si vous n'avez pas de budget publicitaire, essayez de trouver des moyens originaux de participer, peut-être en échangeant un service ou un produit;
- rédiger et distribuer un communiqué de presse pour faire passer un message intéressant en ciblant les médias influents;
- faire de la publicité :
 - * dans les journaux locaux, régionaux ou nationaux,
 - * dans les revues qui s'adressent à votre marché cible,
 - * à la radio,
 - * dans les Pages jaunes,
 - * sur des panneaux d'affichage;
- préparer un publipostage et l'envoyer à vos clients-cibles;
- préparer et distribuer des prospectus;
- créer un site Web—vous trouverez facilement un étudiant pour le faire; ainsi, vous serez sûr de bénéficier d'un bon référencement sur les moteurs de recherche les plus prisés, comme Google et Yahoo;
- organiser un lancement pour attirer l'attention des médias ou des consommateurs—cette initiative est plus efficace si le lancement est lié à une levée de fonds pour une cause juste ou un organisme sans but lucratif;
- réseauter—rejoignez divers organismes, y compris les organismes sectoriels, afin de rencontrer des gens, y compris des clients et des fournisseurs.

Liste de contrôle de démarrage d'une entreprise

Vous devriez maintenant avoir :

- ✓ interviewé et retenu les services de spécialistes;
- ✓ enregistré votre nom commercial;
- ✓ vous être inscrit à la TPS;
- ✓ vous être inscrit à la TVD;
- ✓ vous être inscrit auprès ministère du Travail;
- ✓ vous être inscrit auprès de la Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail;
- ✓ ouvert un compte bancaire d'entreprise;
- ✓ mis en place un système de comptabilité;
- ✓ évalué vos besoins en assurance (type et montant de la couverture) et pris les dispositions nécessaires;
- ✓ déterminé si vous aviez besoin d'une ou plusieurs licences d'exploitation et fait le nécessaire pour les obtenir;
- ✓ vérifié les règlements d'utilisation du sol et de zonage;
- ✓ loué ou acheté les locaux (et l'équipement) commerciaux et organisé votre espace de travail;
- ✓ acheté vos outils de communications;
- ✓ évalué vos besoins en personnel et recruté des gens compétents;
- ✓ préparé et lancé vos initiatives de marketing.

Une fois que vous avez pris toutes ces mesures, votre entreprise est prête !

L'idée est toute simple. Il suffit de combiner la demande en équipement de hockey canadien de haute qualité à prix raisonnable avec le commerce en ligne.

C'était l'idée de Steve Sutherland quand il a lancé Ballistik Hockey Inc. en 2001.

Son idée consistait à recruter des représentants-joueurs pour essayer ses bâtons de hockey en composite et les faire connaître au niveau local et dans tout le Canada, tout en créant un site Web de commerce en ligne ouvert sur le reste du monde.

Aujourd'hui, l'entreprise, qui est établie à Ottawa a des représentants-joueurs dans chaque grande ville canadienne, chaque État américain et des pays aussi lointains que la Nouvelle-Zélande, la Suède ou la Suisse—ainsi que des clients dans tout le Canada et le monde entier.

Ballistik utilise son site Web à son meilleur avantage, en apprenant par essais et par erreurs.

« Nous apprenons au fur et à mesure, dit Steve. L'essentiel est d'attirer les gens sur notre site Web. Tous nos efforts vont dans ce sens. L'Internet est une jungle où l'on se perd facilement. C'est pourquoi notre but était d'obtenir une visibilité maximale. »

Comment s'y sont-ils pris ?

« C'est une science », explique Steve, qui précise que l'entreprise n'avait pas les moyens de se payer des consultants. Avec Richard Game, le vice-président du marketing et de l'expansion commerciale, ils ont dû apprendre à mieux se connaître.

Comme Steve le fait justement remarquer, la présence sur le Web ne se limite pas à un site Web. La réalité, c'est que 80 pour cent de toutes les commandes se font par le biais des moteurs de recherche, ce qui signifie que le référencement sur des sites comme Google, Yahoo! et AOL est absolument crucial.

Steve et Richard ont donc expérimenté différents mots-clés, balises méta, et liens croisés pour s'assurer que leur site apparaît sur la première page des moteurs de recherche les plus fréquentés par les internautes.

« Ce type de référencement est absolument essentiel, explique Steve. Si vous n'apparaissez pas sur la première page de recherche, ce n'est même pas la peine d'être sur le Web. »

Grâce à la présence d'un hyperlien sur les sites d'équipes de hockey, leur site attire davantage de visiteurs, ce qui est noté par les moteurs de recherche et garantit un meilleur référencement.

Steve et Richard sont également arrivés à la conclusion qu'il valait la peine de payer les moteurs de recherche pour des liens de parrainage, ce qui signifie que le nom et le lien Ballistik s'affichent à droite de la première page qui s'ouvre lors d'une recherche pour « bâtons de hockey composites ».

Au bout du compte, tous les efforts de recherche et d'expérimentation se sont avérés payants. Au cours de l'année écoulée, les ventes de Ballistik ont augmenté de plus 100 % et représentent un nouveau défi à relever : satisfaire toutes les commandes qui affluent.

Exploitation



Une fois que votre entreprise est lancée, vous vous retrouvez pris dans les détails de la gestion quotidienne des affaires, et vous aurez souvent l'impression d'avancer à vitesse accélérée.

Aussi difficile que cela puisse vous paraître, il est important de prendre le temps d'évaluer vos progrès—et de prendre l'habitude de le faire régulièrement.

Évaluation des progrès

Le meilleur moyen d'évaluer vos progrès est de revoir votre plan d'affaires. S'il est détaillé, vous devriez y avoir inclus des prévisions à certaines étapes-clés, par exemple à six mois et un an.

Avez-vous atteint les objectifs que vous vous étiez fixés pour les six premiers mois ?

- Votre chiffre d'affaires est-il conforme à vos prévisions ?
- Vos charges sont-elles maîtrisées ?

Si non, il est temps de savoir ce qui ne vas pas. Plus tôt vous rectifierez la situation, plus vous aurez de chances de vous rétablir rapidement.

Vous devez examiner attentivement et objectivement trois aspects fondamentaux de votre entreprise—

n'oubliez pas de vous adresser à votre **Centre d'encadrement des petits entrepreneurs** local pour toute assistance www.sbe.gov.on.ca.

Gestion

L'absence de compétences de gestion est la cause d'échec la plus fréquente, selon Dun & Bradstreet, l'un des principaux fournisseurs de données sur les entreprises. Les bons gestionnaires savent faire un usage optimal de leur argent, des employés et des autres ressources pour atteindre leurs objectifs; et ils savent interpréter des informations détaillées pour évaluer les changements, les tendances et les faiblesses.

« La plupart des gens sous-estiment le temps que demande la gestion d'une entreprise. Ils ne se rendent pas compte que pour chaque heure de travail facturable, ils doivent passer deux heures en marketing, comptabilité et appels téléphoniques. »

Steve Pellarin
Chef
Centre d'encadrement des petits entrepreneurs
London

Posez-vous les questions suivantes :

- Consacrez-vous suffisamment de temps aux activités qui font avancer l'entreprise, en particulier la vente ?
- Utilisez-vous votre temps le plus efficacement possible ? Par exemple :
 - * Vous consacrez-vous à la vente lorsque les clients sont disponibles et à des activités non génératrices de revenus en dehors de vos heures de travail normales ?
 - * Organisez-vous des réunions alors qu'un coup de téléphone ou un courriel suffirait ?
 - * Êtes-vous bien préparé pour les réunions et rédigez-vous un « ordre du jour concret » avec les étapes à suivre pour vous et vos employés ?
- Êtes-vous la personne la plus qualifiée pour vendre votre produit ou service ? Sinon, qui est-ce ?
- Faites-vous un usage optimal de l'Internet pour commercialiser et vendre votre produit ou service ?
- Avez-vous besoin d'embaucher plus de gens ou de mieux déléguer vos responsabilités afin de pouvoir vous concentrer sur les activités essentielles ?

« Soyez prêt à travailler dur et à faire de longues journées. J'ai prévenu mes amis et ma famille qu'ils ne me verraient pas très souvent au début pour qu'ils sachent à quoi s'en tenir. »

Barbara Woodward
Ontario Trucking News
Brighton

- Votre personnel, y compris les travailleurs contractuels, vous donne-t-il satisfaction ? Si non, quelles mesures pouvez-vous prendre pour y remédier ? Par exemple :
 - * Avez-vous exposé clairement les responsabilités de chacun ?
 - * Encouragez-vous les employés à donner leur avis ?
- Votre leadership est-il efficace ? Par exemple :
 - * Vos employés comprennent-ils vos objectifs pour l'entreprise ?
 - * Leur avez-vous bien expliqué les tâches prioritaires pour atteindre ces objectifs ?
 - * Formulez-vous des commentaires positifs et des critiques constructives ?
 - * Récompensez-vous vos employés pour leurs efforts et leur dévouement ?

Ventes et marketing

Il ne suffit pas d'avoir un produit ou un service supérieur, il faut aussi le promouvoir et le vendre. Et si votre caisse reste vide, vous n'avez plus qu'à mettre la clé sous la porte.

Posez-vous les questions suivantes :

- Quels sont les moyens que vous pouvez utiliser pour stimuler vos ventes ? Par exemple :
 - * Pouvez-vous ajuster les prix ou modifier votre produit ou service pour mieux satisfaire la demande de vos clients ?
 - * Pouvez-vous faire un meilleur usage de l'Internet pour informer les clients actuels et potentiels sur vos nouveaux produits ou services ?
- Avez-vous noué de bonnes relations avec vos clients ?
 - * Avez-vous sollicité leurs commentaires et en avez-vous tenu compte ?
 - * Tenez-vous des fiches sur vos clients et faites-vous le suivi de leurs achats (ce qu'ils achètent, combien ils dépensent et comment ils paient) ?

- Obtenez-vous des recommandations de vos clients ? Si non, pourquoi, et que pouvez-vous faire pour les encourager ?
- Attirez-vous des clients de vos principaux concurrents ? Si non, pourquoi, et que pouvez-vous faire pour y remédier ?
- Votre message est-il bien rôdé ou a-t-il besoin d'être amélioré ou modifié ?
- Vos efforts de publicité ont-ils un bon rapport coût-efficacité ? Si non, que pouvez-vous faire pour les améliorer ?

Finances

En fin de compte, le critère déterminant est la santé financière de l'entreprise. L'un des principaux problèmes rencontrés par les petites entreprises n'est pas l'insuffisance des recettes, mais leur répartition inégale, ce qui entraîne souvent des problèmes de trésorerie. Pour éviter la pénurie soudaine de fonds disponibles, il est conseillé de refaire régulièrement vos prévisions de trésorerie. Un état de l'évolution de votre situation financière fournit un tableau du flux de trésorerie disponible à un moment donné. Votre comptable ou aide-comptable vous aidera à élaborer un flux de trésorerie disponible qui vous servira à prévoir les futurs déficits de trésorerie. Vous pourrez ainsi planifier vos charges en fonction de ces déficits de trésorerie. Le vrai test de votre santé financière globale est le ratio de liquidité relative, c'est-à-dire le total de vos liquidités et de vos créances actuelles par rapport à vos dettes actuelles. Si ce ratio est inférieur à 1, vous êtes en difficulté. Et même s'il est supérieur à 1, vous pouvez agir pour l'améliorer.

Répondez aux questions suivantes :

- Vos clients vous payent-ils dans des délais raisonnables ? Si non, que pouvez-vous faire pour y remédier ? Par exemple :
 - * Les modalités de paiement sont-elles clairement énoncées sur toutes vos factures ?

- * Sont-ils trop généreux (par rapport aux normes de votre secteur d'activité) ?
- * Avez-vous un plan d'action pour récupérer vos créances ?
- De quels moyens disposez-vous pour réduire les coûts ? Par exemple :
 - * Pouvez-vous trouver un fournisseur ou des fournisseurs moins chers ?
 - * Pouvez-vous réduire votre inventaire et économiser sur vos achats ?
 - * Pouvez-vous limiter les frais de représentation auprès des clients ?
 - * Pouvez-vous différer vos plus gros achats ?

Si vous avez besoin d'assistance pour déterminer les causes de vos problèmes—et trouver des solutions:

- ✓ consultez votre comptable;
- ✓ discutez-en avec vos collègues et vos employés;
- ✓ rencontrez le consultant de votre Centre d'encadrement des petits entrepreneurs local ou votre mentor;
- ✓ songez à suivre des cours de gestion d'entreprise dans votre collège communautaire ou une école secondaire;
- ✓ créer un conseil consultatif.

« Les nouveaux entrepreneurs font souvent l'erreur de penser qu'à partir d'un certain point, ils ont réussi, alors que les défis ne s'arrêtent jamais. C'est pourquoi il faut sans cesse faire preuve d'innovation et aimer les changements constants. »

Ben Hum
Xystar Technologies
Toronto

Lorsque vous avez terminé l'évaluation, apportez les modifications qui s'imposent à votre plan d'affaires—et prévoyez de le réviser à nouveau dans trois à six mois.

Et n'oubliez pas, n'importe quel entrepreneur vous le dira, la seule constante en affaires, c'est... le changement, alors il faudra vous y faire ! Gardez un œil vigilant sur l'économie, votre secteur d'activité, votre marché et vos clients, et soyez prêts à réagir rapidement.

Enfin, apprenez de vos erreurs. Essayez de savoir où vous avez commis des erreurs et élaborer un plan pour éviter de reproduire les mêmes erreurs.

Si vous demandez à Eric Grant-O'Grady quelle est la qualité principale d'un entrepreneur, il vous répondra : la détermination.

C'est grâce à sa détermination que cet ancien employé d'un fournisseur automobile de niveau 1 est devenu cofondateur de Two Stage Innovation Inc. (TSI), une société de Milton (Ontario) au chiffre d'affaires de plusieurs millions de dollars spécialisée dans l'intégration de systèmes personnalisés pour les secteurs de l'automobile, de l'environnement et de l'aéronautique— et l'une des 50 jeunes sociétés les plus en vue pour Profit Magazine en 2002.

« J'ai émigré au Canada avec peu de perspectives mais avec un grand désir de réussir » dit Eric, originaire d'Angleterre et diplômé en ingénierie mécanique, qui a reçu en 2003 le Prix du jeune entrepreneur pour l'Ontario de la Banque de développement du Canada.

« Tout a débuté par des petits contrats de conception que mon partenaire et moi faisons pendant notre travail dans l'industrie automobile, dit-il. Pour faire face à l'augmentation de la demande, nous avons décidé de lancer notre propre entreprise en 1998. »

Après avoir emménagé dans un bureau de 200 pieds carrés, les deux partenaires ont rapidement enregistré leur première grosse commande.

« Nous savions que nous n'y arriverions pas tout seuls, alors nous avons embauché quelqu'un, raconte Eric. Puis nous avons continué à nous agrandir, et nous avons dû embaucher d'autres personnes, et ainsi de suite. C'est ainsi que nous nous sommes agrandis—par la force des choses. »

« Quand vous démarrez une entreprise, vous ne pouvez pas embaucher tout le personnel et acheter tout le matériel dont vous pensez avoir besoin un jour. Il faut obtenir des commandes et combler les besoins au fur et à mesure de la croissance de l'entreprise. »

Et comme Eric l'a fait remarquer, pour obtenir de nouvelles commandes, il faut sans cesse innover.

« En gros, si une entreprise souhaite réaliser un projet sur lequel travaille un employé, explique-t-il, nous nous chargeons de concevoir et de fabriquer une machine qui accomplira le travail plus rapidement et avec plus de précision. »

Aujourd'hui, TSI compte une douzaine de gros clients, 23 employés à temps plein et fournit des systèmes robotiques. En fait, la société a mis au point une technologie de bande robotique primée, la seule technologie au monde qu'utilise des robots pour automatiser les applications de bandes.

Après son succès au Canada, TSI se tourne maintenant vers les marchés européens et américain. Qu'est-ce qui est le plus dur ? « Être entrepreneur, c'est travailler de longues journées et penser sans arrêt à vos affaires, même pendant les vacances. Il faut vraiment le vouloir— c'est pourquoi le soutien de la famille et des proches est indispensable. »

Développer l'entreprise



Si votre entreprise est florissante, vous allez un jour ou l'autre ressentir le besoin de vous agrandir.

Le développement de l'entreprise vous convient-il ?

Le développement d'une entreprise est, à de nombreux égards, comparable au démarrage d'une nouvelle entreprise. Vous devrez :

- élaborer un nouveau plan d'affaires et de nouvelles stratégies de vente et de marketing;
- chercher des sources de financement.

Il est probable que vous devrez également :

« Une des erreurs les plus fréquentes est d'avancer sans but précis. Quand les entreprises s'agrandissent, elles diluent souvent leur activité. Dès que vous diluez, vous réduisez la portée de votre marque. Demandez-vous si vous avez réellement besoin de vous développer et préparez votre croissance avec le plus grand soin. »

Ramona Ostrander
Ontra Enterprises
Guelph

- embaucher de nouveaux employés;
- trouver des locaux plus spacieux;
- acquérir plus de matériel.

Un des aspects positifs du développement est que tout devient plus facile, ne serait-ce que parce que vous possédez de solides antécédents et une bien meilleure expérience.

Mais il vous faudra peut-être aussi :

- créer de nouveaux produits ou services pour satisfaire la demande des clients;
- voyager davantage pour percer et desservir de nouveaux marchés;
- vous impliquer davantage dans la gestion de l'entreprise—ce qui signifie que vous devrez abandonner certaines de vos activités actuelles.

Et bien sûr, vous devrez travailler encore plus dur qu'auparavant.

La question qui se pose donc est la suivante : votre entreprise est-elle prête à se développer ? Êtes-vous prêt à faire face à toutes les nouvelles obligations qui vous attendent ? Êtes-vous enthousiaste ?

La loi ne vous oblige pas à vous agrandir. Si vous êtes satisfait de votre situation actuelle, ne changez rien.

En même temps, vous devez savoir que de nombreuses entreprises florissantes finissent par voler de leurs propres ailes—Jackie Kevill et ses magasins Loony Lizard Dollar Stores en sont un bon exemple—ce qui signifie que vous serez peut-être obligé de vous agrandir.

Dans ce cas, vous pouvez vous occuper vous-même de la croissance ou en confier la tâche à une personne de l'entreprise ou à une personne extérieure à l'entreprise. L'autre solution consisterait à vendre votre entreprise à un acheteur qui souhaite la développer.

Assistance

Si vous êtes prêt et désireux d'agrandir votre entreprise, les ministères des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat www.sbe.gov.on.ca vous aidera à évaluer votre situation, à élaborer des plans d'avenir et à vous mettre en relation avec les personnes, les informations et les ressources nécessaires.

Les bureaux régionaux des services consultatifs auprès des entreprises peuvent :

- vous aider à reconnaître et surmonter d'éventuels obstacles à la croissance de votre entreprise;
- vous aider à établir des partenariats avec les principaux établissements financiers et d'autres services professionnels;
- fournir des informations et des contacts dans les secteurs public et privé afin d'aborder les questions de croissance;
- offrir des occasions de nouer de nouvelles alliances stratégiques et commerciales;
- vous diriger vers les principales ressources de marketing et d'exportation pour aider votre société à exporter ses produits ou services.

Dans le Nord de l'Ontario, les bureaux régionaux des services consultatifs auprès des entreprises sont offerts par le **Ministère du Développement du Nord et des Mines** www.mndm.gov.on.ca. Vous pouvez appeler sans frais au 1 800 461-2287.

Si vous êtes intéressé par les marchés étrangers, vous pouvez contacter **Ontario Exports Inc. (OEI)** www.ontarioexportsinc.com. L'OEI est une division du ministère du Développement économique et du Commerce et les consultants de l'OEI pourront vous être utiles dans les domaines suivants :

- formation et conseils dans le domaine de l'exportation;
- information et intelligence sur le marché;
- promotion des produits et contacts sur le marché.

Grâce à Équipe virtuelle Ontario, l'OEI permet aux entreprises de rejoindre des missions commerciales virtuelles organisées et de se mettre en rapport avec des acheteurs internationaux sans devoir quitter la province.

« N'essayez pas de grandir trop vite et ne dépensez pas l'argent que vous n'avez pas. Si vous prenez des décisions en fonction de l'argent que vous comptez gagner, et non en fonction de l'argent que vous êtes certain de gagner, vous risquez d'avoir de sérieux problèmes. Prenez votre temps, et attendez le moment opportun. Faites vos études de marché avec soin. Il n'y a pas de place pour l'erreur. »

Lance Coon
Redline Promotions
Toronto

Exportation et développement Canada

www.edc.ca est également une source utile pour les petites entreprises qui souhaitent s'attaquer aux marchés internationaux. Son site Web, *exportsource.ca*, offre une source unique aux entrepreneurs prêts à se lancer dans l'exportation.

Et enfin, le **Centre de services aux entreprises Canada-Ontario** *www.cbsc.org/ontario* offre des guides pratiques pour préparer, rechercher et pénétrer les marchés internationaux.

« La vision est essentielle. Il est fondamental de définir des objectifs et de tout faire pour les réaliser—mais n'oubliez pas que la vision évolue. La vision d'une entreprise après cinq ans est souvent différente de sa vision initiale. Vous devez sans cesse redéfinir vos objectifs et votre vision en fonction des circonstances. »

Steve Pellarin
Chef
Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de London

Une excellente idée, des frais généraux peu élevés et une croissance soigneusement gérée, telles sont les clés de la réussite de Loony Lizard Dollar Stores—et de la présence de leur fondatrice dans le classement des 100 meilleures entrepreneuses canadiennes.

Tout a commencé en 1992 lorsque Jackie Kevill, ancienne enseignante, a eu l'idée d'un magasin d'articles à un dollar après avoir visité un centre commercial dans l'État de New York. « L'idée me paraissait extraordinaire et je savais qu'il n'existait rien de pareil au Canada. » L'idée de Jackie a coïncidé avec un héritage de 17 000 \$ de sa tante.

Après avoir loué des locaux et acheté de la marchandise, elle a ouvert son magasin en promettant de ne rien vendre à plus d'un dollar, et d'offrir une expérience agréable aux employés et aux clients.

Au bout de quelques années, Jackie était assaillie de demandes de franchises.

« Je n'avais pas vraiment de plan de développement en tête, dit-elle. J'ai été sollicitée de toutes parts. Mais ça ne m'intéressait pas. Au début, j'ai refusé. Mais les gens ont insisté, alors j'ai décidé d'essayer.

Deux franchises ont été ouvertes en 1995, puis une en 1996 et deux autres en 1997. À ce moment-là, Jackie a compris que la croissance de l'entreprise était inévitable; elle a donc pris toutes les mesures nécessaires pour garantir son succès.

« J'ai repris les mêmes principes de départ—qualité-prix, confiance, simplicité et plaisir—et je les ai appliquées à mon initiative de franchisage », explique-t-elle.

Comme la plupart des franchisés étaient des novices dans les affaires, Jackie a préparé le manuel de formation « Lizard Looniversity » pour les aider dans tous les aspects de l'exploitation des magasins, de la comptabilité aux commandes de marchandises, en passant par le suivi des clients et les stratégies de service à la clientèle. Elle a même embauché son frère pour chercher les emplacements des magasins et négocier les baux au nom des nouveaux franchisés—et elle s'est occupée elle-même des formalités de démarrage pour les franchisés.

Elle a ensuite réuni un groupe de 250 fournisseurs et a persuadé plusieurs de participer à des salons commerciaux réguliers pour le compte des gérants des magasins, afin de leur éviter de faire le tour des fournisseurs et de passer par un entrepôt centralisé.

Et pour réduire les coûts afin de maintenir la haute qualité des marchandises, Jackie a décidé de ne pas dépenser le moindre argent en publicité ou en présentoirs élaborés.

Sa stratégie a bien fonctionné. Aujourd'hui, la région du Sud de l'Ontario compte vingt magasins qui vendent chaque année plus de 16 millions d'articles neufs de première qualité.

« Je suis vraiment surprise de la facilité avec laquelle tout s'est passé, explique Jackie. Au début, je disais toujours non parce que je craignais de m'embarquer dans une galère sans fin, mais une fois que je me suis lancée, j'ai progressé pas à pas, et finalement, je n'ai pas rencontré de problèmes particuliers. »

Ressources



Même si elle est loin d'être exhaustive, la liste de ressources suivante constitue un excellent point de départ pour les entrepreneurs.

10 sites Web incontournables Renseignements pour les petites entreprises

www.sbe.gov.on.ca

Renseignements pour les petites entreprises est un service fourni par le ministère des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat de l'Ontario. Ce site comprend d'importantes informations gouvernementales et commerciales en général à l'intention des entrepreneurs. Il offre également des liens avec les Centres d'encadrement des petits entrepreneurs du ministère où les entrepreneurs peuvent accéder à un vaste éventail de services de soutien et profiter d'occasions de réseautage comme *L'entraide, une solution d'affaires*.

Centre de services aux entreprises Canada-Ontario

www.cbsc.org

Service conjoint des gouvernements fédéral et provincial, ce site contient de l'information sur les programmes, les services et les règlements des gouvernements fédéral et provincial, ainsi que des centaines de liens avec des sites gouvernementaux

et non gouvernementaux. Il offre également un certain nombre d'outils en ligne pour les entreprises, y compris un Plan d'affaires interactif et un Atelier en ligne sur la petite entreprise.

ServiceOntario

www.serviceontario.ca

Ce site Web offre une multitude d'informations pour les entreprises ainsi que des liens vers des ressources et des services de soutien, comme par exemple des services d'enregistrement et de renouvellement.

Strategis

www.strategis.ic.gc.ca

Énorme site d'Industrie Canada. Il contient des informations sur un large éventail d'entreprises regroupées par secteur et fournit des liens avec d'importantes associations commerciales, les règlements gouvernementaux pertinents et les organisations de normalisation et salons commerciaux. Il comporte une excellente section sur le commerce électronique, qui inclut un outil de diagnostic qui vous aidera à mesurer votre degré de préparation aux affaires électroniques. Le site comporte aussi un Guide des services et des programmes du gouvernement du Canada à l'intention de la petite entreprise.

Portaildesaffaires.ca

www.portaildesaffaires.ca

Comme le nom le laisse entendre, ce site Web du gouvernement fédéral offre un point d'accès unique à tous les services gouvernementaux —fédéraux et provinciaux—et les informations nécessaires pour démarrer, exploiter et développer son entreprise. Il comporte des sections utiles sur la gestion des ressources humaines, l'exportation/l'importation et la vente au gouvernement.

Banque de développement du Canada (BDC)

www.bdc.ca

La BDC est au service des entrepreneurs depuis plus de 50 ans. Le site Web de la BDC est une mine de renseignements pour les entrepreneurs à toutes les étapes de l'évolution de leur entreprise et fournit les références d'agents d'affaires et de consultants en affaires expérimentés pouvant fournir un service personnalisé.

Profitguide.com

www.profitguide.com

Ce site est une mine de renseignements pour les entrepreneurs à chaque étape du développement de leur entreprise. Pour ceux qui désirent lancer leur propre affaire, il existe un guide complet sur le démarrage d'une entreprise qui comporte une analyse des meilleures entreprises à lancer et des conseils pour élaborer des plans d'affaires et obtenir du financement. Pour ceux qui exploitent déjà une entreprise, le site présente des informations sur des sujets comme les ventes et le marketing, la technologie, les ressources humaines et l'exportation. Et pour les entrepreneurs potentiels et réels, le site offre des tas de questionnaires pour tester leurs aptitudes.

Banque Royale

www.rbcbanqueroyale.com

C'est un autre site qui présente de nombreuses informations à l'intention des entrepreneurs, notamment sur le démarrage, la gestion, le financement et l'expansion d'une entreprise. Il comporte des sections spéciales visant les femmes et les jeunes entrepreneurs. Vous pouvez aussi télécharger le logiciel "The Big Idea", qui vous expliquera la marche à suivre pour élaborer un plan d'affaires.

Exportation et Développement Canada

www.edc.ca

Si votre plan d'affaires comporte des activités d'exportation, vous devez consulter ce site. Il comporte de précieux renseignements sur la manière de se préparer à l'exportation, entre autres un questionnaire *Prêt-à-l'Export?* Le site présente également des renseignements sur les nombreux services d'Exportation et Développement Canada.

MERX

www.merx.com

Ce site Web ne vous donnera pas de renseignements sur la manière de démarrer, financer, exploiter ou développer votre entreprise, mais il se trouve sur la liste des sites à consulter absolument car il vous aidera à vendre vos biens ou services au gouvernement, qui est un client potentiel énorme. Des appels d'offres représentant des milliards de dollars de possibilités d'affaires dans le secteur public sont présentés par le biais de MERX et 80 % des clients de MERX sont des petites entreprises. Il n'est pas nécessaire de vous y abonner, mais cela pourrait en valoir la peine car vous auriez ainsi accès au service de Jumelage d'avis d'appels d'offres de MERX, qui vous avise par courriel ou télécopie lorsqu'un appel d'offres susceptible d'intéresser votre entreprise est affiché sur MERX.

Ressources gouvernementales Ministère des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat

www.sbe.gov.on.ca

900, rue Bay

8^e étage, Édifice Hearst

Toronto ON M7A 2E1

Sans frais : 1 866 668-4249

Tél. : 416 325-6666

Télec. : 416 325-6688

Courriel : info@edt.gov.on.ca

L'objectif général du ministère est de promouvoir la croissance économique en Ontario. Ses activités consistent entre autres à fournir des services consultatifs visant à aider les petites et moyennes entreprises, ainsi que des programmes pour encourager les jeunes à démarrer leur entreprise. Le site Web fournit des liens avec des sites qui présentent de l'information sur l'économie ontarienne.

Ministère des Services gouvernementaux

www.mgs.gov.on.ca

Service du ministère des Services gouvernementaux, ce site Web EBO fournit aux entrepreneurs-clients l'occasion d'enregistrer ou de renouveler leur entreprise, de mettre à jour les renseignements concernant leur entreprise, de présenter des demandes pour des programmes provinciaux et fédéraux, et de s'abonner à un service d'information professionnelle.

Centres d'encadrement des petits entrepreneurs/Centres d'aide aux nouvelles entreprises

www.sbe.gov.on.ca

Renseignements généraux

900, rue Bay

8^e étage, édifice Hearst

Toronto ON M7A 2E1

Sans frais : 1 866 668-4249

Tél. : 416 325-6666

Télé. : 416 325-6688

Courriel : info@edt.gov.on.ca

Les centres d'encadrement des petits entrepreneurs offrent principalement du soutien aux entreprises qui démarrent et aux PME qui sont en activité depuis moins de cinq ans. Grâce à ces centres, les entrepreneurs peuvent obtenir facilement à un guichet unique des services de consultation et des renseignements en matière de gestion, de marketing, de technologie et de financement.

Les centres fonctionnent sous la tutelle du ministère des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat et du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales, en partenariat avec des municipalités locales. (Dans le nord de l'Ontario, ils sont coordonnés par le ministère du Développement du Nord et des Mines.)

Emplacements des Centres d'encadrement des petits entrepreneurs

Centre de l'Ontario

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs du Grand Barrie

www.barriebusinesscentre.ca

24, av. Maple, bureau 202

C.P. 8

Barrie ON L4N 7W4

Tél. : 705 720-2445

Télé. : 705 720-2216

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Muskoka

Ville de Bracebridge

1000, Taylor Court

Bracebridge ON P1L 1R6

Tél. : 705 645-5264, poste 256

Télé. : 705 645-1262

Courriel : business@vianet.ca

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de Brampton (2 emplacements)

www.brampton-business.com

33, rue Queen Ouest, rez-de-chaussée

Brampton ON L6Y 1L9

Tél. : 905 874-2650

Télé. : 905 874-2670

Emplacement de Caledon :

Caledon Business Centre

www.caledonbusinesscentre.com

Caledon Business Centre

Caledon Chamber of Commerce

12598 Hwy 50

Bolton ON L7E 5T5

Tél. : 905 857-7393

Télé. : 905 857-7405

Courriel : buscentre@caledonchamber.com

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de Markham

<http://msbec.markham.ca>

1380, chemin Rodick

Markham ON L3R 4G5

Tél. : 905 248-2737

Télé. : 905 881-2935

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de Mississauga

www.mississauga.ca

301, chemin Burnhamthorpe Ouest
Mississauga ON L5B 3Y3
Tél. : 905 615-3275
Télé. : 905 615-4447

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de la région de York

www.region.york.on.ca

Municipalité régionale de York
Développement économique
17250, rue Yonge
Newmarket ON L3Y 6Z1
Tél. : 905 830-4444, poste 1517
Télé. : 905 895-3482

Centre de développement des affaires de Halton

www.halton.ca

1151, chemin Bronte
Oakville ON L6M 3L1
Sans frais : 1 866 442-5866
Tél. : 905 825-6000
Télé. : 905 825-8839

Business Advisory Centre Durham

www.bacd.ca

50, rue Richmond Est
Oshawa ON L1G 7C7
Tél.: 905 438-4008
Télé.: 905 438-4009

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de Richmond Hill

www.richmondhillonline.com

Bureau du développement économique
225, chemin East Beaver Creek, 8^e étage
Richmond Hill ON L4B 3P4
Tél. : 905 771-2523
Télé. : 905 771-2406

Enterprise Toronto (4 emplacements)

www.enterprisetoronto.com

North York Civic Centre

5100, rue Yonge, rez-de-chaussée
Toronto ON M2N 5V7
Tél. : 416 395-7434
Télé. : 416 395-7444

Emplacement du centre-ville

Hôtel de ville

Rez-de-chaussée Est
Toronto ON M5H 2N2
Tél. : 416 392-6646
Télé. : 416 392-0675

Emplacement d'Etobicoke

Etobicoke Civic Centre

399, The West Mall
Rez-de-chaussée—Édifice Nord
Etobicoke ON M9C 2Y2
Tél. : 416 394-8949
Télé. : 416 394-5537

Emplacement de Scarborough

150, promenade Borough, 1^{er} étage
Scarborough ON M1P 4N7
Tél. : 416 396-7169
Télé. : 416 396-5088

Centre d'encadrement des entrepreneurs de Vaughan

www.centrebusiness.com

9995, rue Keele
Vaughan ON L6A 1R6
Tél. : 905 417-0412
Télé. : 905 417-0410

Est de l'Ontario

Enterprise Quinte

www.quintedevelopment.com

Quinte Business Development Centre
284, ch. B Wallbridge-Loyalist
C.P. 610
Belleville ON K8N 5B3
Tél. : 613 961-0590
Télé. : 613 961-7998
Courriel : enterprisequinte@loyalistc.on.ca

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Leeds et Grenville

www.1000islandbusiness.com

3, rue Market Ouest, bureau 3A

Brockville ON K6V 7L2

Tél. : 613 342-8772, poste 470 ou 471

Télé. : 613 342-0815

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Northumberland

www.bizdevelopment.ca

Dressler House

212, rue King Ouest

Cobourg ON K9A 2N1

Tél. : 905 372-9279

Télé. : 905 372-1306

Courriel : bizhelp@town.cobourg.on.ca

Centre d'encadrement des entrepreneurs de Cornwall

www.city.cornwall.on.ca

Job Zone d'emploi

144, rue Pitt

Cornwall ON K6J 3P4

Tél. : 613 932-7925

Télé. : 613 933-9689

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Hawkesbury

www.sdcpr.on.ca

519, rue Main Est

Hawkesbury ON K6A 1B3

Tél. : 613 632-7057

Télé. : 613 632-7385

Courriel : selfhelp@hawk.igs.net

Centre d'entrepreneuriat Kingston Economic Development Corporation

<http://startup.kingstoncanada.com>

67, rue Brock

The Carriage Way

Kingston ON K7L 1R8

Tél. : 613 544-2725

Télé. : 613 546-2882

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Kawartha Lakes

26, rue Francis

C.P. 9000

Lindsay ON K9V 5R8

Tél. : 705 324-9411, poste 283

Télé. : 705 328-0088

Centre d'entrepreneuriat Ottawa

www.entrepreneurship.com

110, av. Laurier Ouest

Ottawa ON K1P 1J1

Tél. : 613 580-2424

Télé. : 613 560-2102

Business Advisory Centre Peterborough

www.gpaedc.on.ca

210, rue Wolfe

Peterborough ON K9J 2K9

Tél. : 705 743-3093

Télé. : 705 743-3093

Entreprise Comté de Renfrew

Emplacement de Renfrew :

www.entrerpriserenfrewcounty.com

161, rue Raglan Sud

Renfrew ON K7V 1R2

Tél. : 613 432-6848

Télé. : 613 432-9710

Emplacement de Pembroke :

www.entrerpriserenfrewcounty.com

9, promenade International

Pembroke ON K8A 6W5

Tél. : 613 735-8224

Télé. : 613 735-2492

Centre d'encadrement des entrepreneurs de Lanark-North Leeds

www.ln1enterprisecentre.ca

91, rue Cornelia Ouest

Smith Falls ON K7A 5L3

Tél. : 613 283-7002, poste 108

Télé. : 613 283-7005

Ouest de l'Ontario

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Brantford-Brant

www.brantford.ca/brc
1 Market Square, Suite 201
Brantford ON N3T 6C8
Tél. : 519 756-4269
Télé. : 519 756-6449

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Chatham-Kent

www.chatham-kent.ca
445, av. Grand Ouest
C.P. 944
Chatham ON N7M 5L3
Tél. : 519 351-1228, poste 2039
Télé. : 519 351-7852

Centre d'encadrement des entrepreneurs de Guelph Wellington

www.guelphbusiness.com
42, rue Wyndham Nord, bureau 401
Guelph ON N1H 4E6
Tél. : 519 826-4701
Télé. : 519 826-4221

Centre d'encadrement des entrepreneurs de la région de Waterloo

www.bizenterprisecentre.com
Emplacement de Kitchener :
200, rue King Ouest
C.P. 1118
Kitchener ON N2G 4G7
Tél. : 519 741-2604
Télé. : 519 745-1522

Emplacement de Cambridge :
www.city.cambridge.on.ca
73, rue Water Nord
C.P. 669
Cambridge ON N1R 5W8
Tél. : 519 740-4536, poste 4615
Télé. : 519 740-4512

London Small Business Centre

www.sbcentre.ca
316, rue Rectory, 3e étage

London ON N5W 3V9
Tél. : 519 659-2882
Télé. : 519 659-7050

Centre d'encadrement des entrepreneurs d'Owen Sound et des environs

www.e-owensound.com
173, 8^e rue Est
Owen Sound ON N4K 1K9
Tél. : 519 371-3232 ou 371-8436
Télé. : 519 371-2060

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Saugeen Shores

www.town.saugeenshores.on.ca
Ville de Saugeen Shores
600, promenade Tomlinson
C.P. 820
Port Elgin ON N0H 2C0
Tél. : 519 832-2008, poste 130
Télé. : 519 832-2140

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Sarnia-Lambton

www.sarnialambton.on.ca
a/s Sarnia-Lambton Economic Partnership
265, rue Front Nord, bureau 107
Sarnia ON N7T 7X1
Tél. : 519 332-2504
Télé. : 519 332-1686

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Huron

www.smallbusinesshuron.ca
138, rue Main
C.P. 1120
Seaforth ON N0K 1W0
Tél. : 519 527-0305
Télé. : 519 527-2240

Centres d'encadrement des petits entrepreneurs de Windsor-Essex

www.choosewindsor.com
Radisson Riverfront Hotel and City Centre
333, rue Riverside Ouest, bureau 217
Windsor ON N9A 5K4
Tél. : 519 253-6900
Télé. : 519 255-9987

Centres d'encadrement des petits entrepreneurs de Woodstock et des environs

Ville de Woodstock
500, rue Dundas
C.P. 40
Woodstock ON N4S 1C2
Tél. : 519 421-2129
Télé. : 519 421-1867

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de Hamilton

www.hamiltonsmallbusiness.ca
2, rue King Ouest, bureau 234
Hamilton ON L8P 1A1
Tél. : 905 540-6400
Télé. : 905 540-6411

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Niagara Falls et des environs

www.city.niagarafalls.on.ca
Ville de Niagara Falls
Hôtel de ville
4310, rue Queen
C.P. 1023
Niagara Falls ON L2E 6X5
Tél. : 905 356-7521, poste 5000
Télé. : 905 357-9293

Centre d'encadrement des petits entrepreneurs d'Orangeville et des environs

Ville d'Orangeville
87, av. Broadway
Orangeville ON L9W 1K1
Tél. : 519 941-0440, poste 291
Télé. : 519 941-9033

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de St. Catharines et des environs

www.stcatharines.ca
Hôtel de ville
50, rue Church, 2^e étage
St. Catharines ON L2R 7C2
Tél. : 905 688-5601, poste 1761
Télé. : 905 688-8994
Courriel : smallbusiness@stcatharines.ca

Nord de l'Ontario

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Temiskaming

www.southtemiskaming.com
467, av. Ferguson
C.P. 339
Haileybury ON P0J 1K0
Tél. : 705 672-5155
Sans frais : 1 800 361-2281
Télé. : 705 672-5959
Courriel : entreprise@ntl.sympatico.ca

Centre d'aide aux nouvelles entreprises du Nord-Ouest de l'Ontario

www.city.kenora.on.ca
227^{1/2}, rue Second Sud
Kenora ON P9N 1G1
Tél. : 807 467-4643
Sans frais: 1 866 336-7779
Télé. : 807 467-4645

Centre des affaires de Nipissing Parry Sound

www.thebusinesscentre-nps.ca
200, rue McIntyre Est
C.P. 360
North Bay ON P1B 8H8
Tél. : 705 474-0400, poste 443
Sans frais : 1 800 465-6892
Télé. : 705 474-4493

Centre d'entreprise de Sault Ste. Marie

www.sault-canada.com
99, promenade Foster, 3^e étage
Sault Ste. Marie ON P6A 5X6
Tél. : 705 759-5461
Sans frais : 1 800 565-4507
Télé. : 705 759-2185

Centre régional des affaires de Sudbury

www.regionalbusiness.ca
Place Tom Davies
200, rue Brady
Sudbury ON P3E 5K3
Tél. : 705 674-4455, poste 4413
Sans frais : 1 800 668-7582
Télé. : 705 673-7722

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Thunder Bay et des environs

www.developthunderbay.com

111, av. Syndicate Sud, 2^e étage

Victoriaville Civic Centre

C.P. 800

Thunder Bay ON P7C 5K4

Tél. : 807 625-3960

Sans frais : 1 900 668-9360

Télééc. : 807 623-3962

Centre d'aide aux nouvelles entreprises de Timmins

www.city.timmins.on.ca

54, rue Spruce Sud

Timmins ON P4N 2M5

Tél. : 705 360-8482

Télééc. : 705 360-1394

Information sur les programmes destinés aux entreprises

Centre de services aux entreprises Canada-Ontario

www.cbcs.org

Tél. : 416 775-3456

Sans frais : 1 800 567-2345

Numéro pour les malentendants : 1 800 457-8466

Courriel : Ontario@cbcs.ic.gc.ca

Le centre fait fonction de point d'accès à l'information au sujet des programmes et services que le gouvernement de l'Ontario et le gouvernement fédéral offrent aux entreprises. Son site exhaustif fournit des liens avec de nombreux autres sites utiles, abordant des sujets allant de l'exportation et l'importation au commerce électronique, à la technologie et à la fiscalité. Il permet même d'accéder en ligne à des agents d'information et à un atelier pour les petites entreprises.

Autres organismes ou ministères **Commission des alcools et des jeux de l'Ontario**

www.agco.on.ca

Direction de l'inscription et de la délivrance de permis

20, rue Dundas Ouest, 7^e étage

Toronto ON M5G 2N5

Tél. : 416 326-8700

Sans frais : 1 800 522-2876

La CAJO est l'organisme provincial chargé de l'administration à la fois de la *Loi sur les permis d'alcool* et la *Loi sur la réglementation des jeux*. En plus du bureau principal à Toronto, la CAJO compte un certain nombre de bureaux régionaux dans toute la province. On trouvera les renseignements sur ces bureaux sur le site : www.agco.on.ca

Ministère des Services à l'enfance et à la jeunesse

www.children.gov.on.ca

Le ministère est chargé d'accorder une aide financière et des permis aux exploitants, centres de garde d'enfants et gardes d'enfants à domicile. Il existe des bureaux régionaux dans tout le pays. Pour savoir quel est le bureau le plus proche de chez vous, vérifiez le site Web www.cfcs.gov.on.ca

Ministère des Finances

www.gov.on.ca

Sans frais : 1 800 263-7965

Télééc. : 1 877 482-9329

Parmi ses nombreuses responsabilités, le ministère des Finances administre toutes sortes de taxes provinciales, dont : l'impôt des sociétés, l'impôt-santé des employeurs, la taxe de vente au détail, la taxe sur le tabac et l'impôt sur les mines.

Ministère des Transports

www.mto.gov.on.ca

Tél. : 416 235-4686

Sans frais : 1 800 268-4686

Le ministère des Transports est entre autres responsable de l'immatriculation des véhicules et de la délivrance des permis, y compris l'immatriculation et les permis pour véhicules commerciaux. Pour connaître l'adresse du bureau le plus proche de chez vous, consultez le site Web.

Information sur l'agriculture/l'industrie alimentaire

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales

www.omafr.gov.on.ca

1, chemin Stone Ouest

Guelph ON N1G 4Y2

Tél. : 519 826-3100

Sans frais : 1 888 466-2372

Courriel : aboutomafr@omaf.gov.on.ca

Le site Web du ministère offre des liens avec toutes sortes de sites pertinents à l'industrie alimentaire, y compris la sécurité alimentaire, les commissions, associations, organismes, commissions de commercialisation et bulletins s'y rapportant. Il aborde tous les sujets, de la biotechnologie au libre-échange en passant par les statistiques sur l'alimentation.

Information sur l'industrie du tourisme

Ministère du Tourisme

www.tourism.gov.on.ca

900, rue Bay, 9^e étage

Toronto ON M7A 2R9

Tél. : 416 326-9326

Le site Web du ministère contient une mine de renseignements sur les tendances et possibilités en matière de tourisme ainsi que des liens avec des sites pertinents à l'industrie.

Information sur l'exportation à l'intention des entreprises

Ontario Export inc.

www.ontarioexportsinc.com

56, rue Wellesley Ouest, 7^e étage

Toronto ON M7A 2E4

Tél. : 416 314-8200

Sans frais : 1 877 468-7233

Télé. : 416 314-8222

Courriel : trade.officer@oei.gov.on.ca

C'est le principal organisme de promotion du commerce du gouvernement de l'Ontario. Ontario Export inc. aide les propriétaires d'entreprises ontariennes à apprendre à exporter leurs produits et à élargir leurs marchés internationaux. Il offre un guide intitulé « Exporter ses produits, on se prépare », et organise des séminaires et des voyages visant l'expansion des marchés, des missions commerciales et des salons commerciaux virtuels. (Le site Web donne des listes de personnes-ressources de compétences particulières du commerce mondial.)

Exportation et développement Canada (EDC)

www.edc.ca

151, rue O'Connor

Ottawa ON K1A 1K3

Tél. : 613 598-2500

Télé. : 613 237-2690

EDC est un guichet unique pour les exportateurs de toutes les tailles et à diverses étapes; ce site fournit des informations générales, des services de perfectionnement des compétences, des conseils à l'exportation, des services de soutien pour s'implanter sur un marché, des services de financement à l'exportation et une assistance sur le marché visé.

Pépinières d'entreprises Canadian Association of Business Incubators (CABI)

www.cabi.ca

1071, rue King Ouest, bureau 537

Toronto ON M6K 3K2

Tél. : 416 345-9937

Télééc. : 416 345-9044

Courriel : info@cabi.ca

Le principal objectif de CABI est d'aider les pépinières d'entreprises—et leurs clients—à réussir. Les pépinières, qui peuvent provenir de divers secteurs ou sont spécialisées dans un secteur, fournissent une variété de services, y compris de l'espace de bureau, une aide pratique en gestion, des services de formation et d'information, des services techniques et services de soutien essentiels pour les entreprises, des ressources en réseautage et des conseils financiers.

Financement des entreprises Banque de développement du Canada (BDC)

www.bdc.ca

Édifice BDC

5, Place Ville-Marie, bureau 400

Montréal QC H3B 5E7

Tél. : 1 877 232-2269

Télééc. : 1 877 329-9232

La Banque de développement du Canada est une banque commerciale qui appartient au gouvernement du Canada. Elle offre du financement à long terme, du capital de risque, du financement de second rang et des services d'experts conseils aux petites entreprises.

Sociétés d'aide au développement des communautés

www.ontcfdc.com

61 sociétés d'aide au développement des communautés participent au développement économique communautaire en offrant des prêts et des services de soutien aux PME pour aider les collectivités rurales et du nord de l'Ontario à consolider et à diversifier leur économie.

Association des banquiers canadiens (ABC)

www.cba.ca

Principal organisme pour les banques au Canada, l'ABC fournit des informations, des statistiques et des publications pour aider les consommateurs individuels et les petites entreprises à gérer leurs affaires financières. Le site Web comprend une liste exhaustive des membres de l'ABC.

Association canadienne de financement et de location (ACFL)

www.cfla-acfl.ca

15, rue Toronto, bureau 301

Toronto ON

Tél. : 416 860-1133

Sans frais : 1 877 213-7373

Télééc. : 416 860-1140

Les membres de l'ACFL, qui comprennent des banques, des compagnies d'assurance, des sociétés de fiducie, des courtiers en valeurs mobilières, des sociétés financières de manufacturiers et des sociétés de location indépendantes, fournissent aux entreprises canadiennes du financement de matériel, de véhicules et de biens s'y rapportant reposant sur l'actif. Le site Web inclut une liste complète des membres de l'ACFL.

Association canadienne du capital de risque et d'investissement (CVCA)

www.cvca.ca

234, avenue Eglinton Est, bureau 200

Toronto ON M4P 1K5

Tél. : 416 487-0519

Télééc. : 416 487-5899

Les membres de la CVCA, qui sont plus de 850, sont des sociétés financières d'innovation et des professionnels du capital à risque privé avec fonds sous gestion et disponibles aux fins d'investissement. L'organisme encourage l'investissement aux premières étapes de sociétés de croissance canadiennes. Le site Web comprend une liste complète des membres.

National Angel Organization (NAO)

www.angelinvestor.ca

234, rue College, bureau 100

Toronto ON M5T 1R5

Tél. : 416 971-4352

Télec. : 416 978-6052

Le principal objectif de NAO est d'aider l'investissement providentiel. L'organisme ne fait pas lui-même des investissements providentiels, mais un grand nombre des membres du groupe qui se trouvent à la section Liens du site Web font un apport de fonds providentiels correspondant au montant apporté par les entrepreneurs. Les entrepreneurs qui cherchent du financement sont encouragés à consulter cette liste pour voir quels groupes ont des profils correspondant le plus à leurs besoins.

Industrie Canada

www.strategis.ic.gc.ca

Le site Web d'Industrie Canada comporte une section sur les Sources de financement, qui vise à aider les entrepreneurs à trouver des sources conventionnelles ou non conventionnelles de financement. Il comprend un répertoire complet des bailleurs de fonds canadiens, des renseignements sur les différents types de financement et de bailleurs de fonds et des conseils sur la manière d'obtenir des fonds.

Associations d'entreprises générales Associations Canada

www.mmltd.com

Tél. : 416 362-5211, poste 4397

Sans frais : 1 800 387-2689, poste 4397

Le répertoire d'Associations Canada réunit les données sur 19 000 associations canadiennes et des associations étrangères choisies, actives au Canada ou qui présentent un intérêt pour les Canadiens. Elles peuvent être spécialisées par emplacement, industrie, langue, appartenance ethnique, sexe ou toute combinaison de ce qui précède. Se joindre à une association est un moyen remarquable d'établir des contacts. En outre, les associations gardent généralement leurs membres au courant de questions d'actualité dans leur secteur. Vous pouvez consulter le répertoire d'Associations Canada à votre Centre d'encadrement des petits entrepreneurs.

Bureau d'éthique commerciale (BBB)

www.canadiancouncilbbb.ca

44, carré Byward Market, bureau 220

Ottawa ON K1N 7A2

Tél. : 613 789-5151

Télec. : 613 789-7044

Courriel : ccbb@canadiancouncilbbb.ca

Le BBB est la principale source d'information en matière d'éthique commerciale et de méthodes publicitaires du pays et est un important fournisseur de services en résolution de conflits sur le marché. Il existe 14 bureaux régionaux au Canada, dont la plupart offrent des rapports gratuits. Le site Web présente des informations sur la manière de déposer une plainte, sur les escroqueries les plus récentes et offre également des liens avec les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux.

Canadian Association of Family Enterprise

www.cafemembers.org

Canadian Association of

Family Enterprise—Bureau national

1060, chemin Britannia Est, Unité 20

Mississauga ON L4W 4T1

Sans frais : 1 866 849-0099

Télec. : 905 670-1358

Cet organisme traite de questions relatives aux entreprises familiales par le biais de différentes divisions réparties dans tout le pays. Ses membres reçoivent un soutien sur des points difficiles comme la transmission d'une entreprise, la formation des héritiers, les questions de fiscalité et autres questions relatives aux entreprises familiales.

Chambre de commerce du Canada

www.chamber.ca

BCE Place

181, rue Bay (Galleria)

C.P. 818

Toronto ON M5J 2T3

Tél. : 416 868-6415

Télé. : 416 868-0189

Courriel : info@chamber.ca

Depuis 75 ans, la Chambre de commerce du Canada est le groupe national sans but lucratif se voulant le porte-parole de tous les types d'entreprises canadiennes. Représentant 170 000 entreprises, la Chambre de commerce exerce des pressions sur le gouvernement fédéral et oriente le débat national sur les questions relatives aux entreprises. Les membres reçoivent des informations à jour sur les activités de la Chambre, les lois, et ont accès en ligne à des groupes de discussion et des conférences sur les affaires. Les Chambres de commerce locales agissent de manière indépendante, mais en coopération avec l'organisme national.

Ontario Chamber of Commerce (OCC)

www.occ.on.ca

180, rue Dundas Ouest, bureau 505

Toronto ON M5G 1Z8

Tél. : 416 482-5222

Télé. : 416 482-5879

Courriel : info@occ.on.ca

L'OCC est un organisme apolitique sans but lucratif fondé en 1911 et dont le rôle principal est de se faire le porte-parole des entreprises de toute la province. Elle fait également fonction de groupe de pression pour les propriétaires d'entreprises en Ontario. L'organisme compte environ 150 chambres membres locales, qui s'efforcent toutes de répondre le mieux possible aux besoins particuliers de leurs membres. Les services sont réservés aux membres.

Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI)

www.fcei.ca

4141, rue Yonge, bureau 401

Willowdale ON M2P 2A6

Tél. : 416 222-8022

La FCEI est un organisme national à but non lucratif d'action politique non partisane. Elle a été fondée en 1971 dans l'objectif de promouvoir et de protéger un système de libres entreprises concurrentielles, de renforcer l'entrepreneuriat au Canada et de donner aux entreprises indépendantes plus de poids dans l'adoption des lois et des politiques qui les concernent. Représentant les intérêts de plus de 105 000 propriétaires d'entreprise indépendante dans chaque secteur et région du Canada, quelque 42 000 petites et moyennes entreprises membres de la FCEI font des affaires en Ontario. Outre le lobbying politique et ses bulletins et conseils réguliers sur divers sujets, comme l'imposition, les opérations bancaires et les règlements, la FCEI offre à ses membres tout un éventail d'avantages à valeur ajoutée, dont une formation en ligne, des renseignements et de l'aide à titre individuel, ainsi que divers plans de réduction des coûts.

Canadian Franchise Association (CFA)

www.cfa.ca

2585, av. Skymark, bureau 300

Mississauga ON L4W 4L5

Tél. : 905 625-2896

Sans frais : 1 800 665-4232

Télé. : 905 625-9076

Courriel : info@cfa.ca

Fondée en 1967, la CFA est une association commerciale nationale de franchiseurs, tous déterminés à atteindre l'excellence dans le franchisage. Ses membres constituent un échantillon représentatif varié de franchiseurs au Canada, allant d'entreprises établies très grandes à de plus petites entreprises régionales. Les membres comprennent également des sociétés qui fournissent des produits ou services aux franchiseurs.

Association canadienne du marketing (ACM)

www.the-cma.org

1, Concorde Gate, bureau 607

Don Mills ON M3C 3N6

Tél. : 416 391-2362

Télec. : 416 441-4062

Courriel : info@the-cma.org

L'ACM est la plus importante association de marketing du Canada. Elle encourage la croissance et l'expansion des entreprises, et offre de la formation continue à ses membres, à la fois des sociétés et des particuliers, afin de tirer le maximum de leurs stratégies de marketing. Elle réagit aussi aux questions de politique publique, comme les questions sur la protection des renseignements personnels et le marketing visant les enfants. Ses membres comprennent quelques-unes des plus grandes sociétés du pays. Les séminaires et conférences sont ouverts aux non-membres.

Association canadienne de normalisation (CSA)

www.csa.ca

178, boul. Rexdale

Rexdale ON M9R 1R3

Tél. : 416 747-4044

Télec. : 416 747-2510

Sans frais : 1 800 463-6727

L'Association canadienne de normalisation est un organisme sans but lucratif constitué de membres dont les activités visent à répondre aux besoins de l'industrie, du gouvernement, des consommateurs et autres parties intéressées au Canada et sur le marché mondial. En élaborant des normes et des codes, la CSA tente d'améliorer la sécurité du public, d'accroître la qualité de vie des gens, de contribuer à la protection de l'environnement ainsi que de faciliter les échanges commerciaux. Pour aider les gens à comprendre et à appliquer les normes, la CSA offre également des séminaires, des ateliers et autres activités de formation.

Association de ventes directes du Canada

www.dsa.ca

180, chemin Atwell, bureau 250

Toronto ON M9W 6A9

Tél. : 416 679-8555

Télec. : 416 679-8555

Courriel : information@dsa.ca

Cette association commerciale nationale représente des sociétés qui fabriquent et vendent des biens et services par le biais d'entrepreneurs de vente indépendants. Les ventes se font à domicile, sur le lieu de travail, par téléphone ou Internet (mais pas par publipostage) plutôt que dans un point de vente au détail fixe. (Les nouveaux propriétaires d'entreprises sont encouragés à consulter leur avocat, étant donné la complexité juridique de la vente directe).

Associations industrielles

Apparel Manufacturers

Association of Ontario

www.ontarioapparel.com

504-124, rue O'Connor

Ottawa ON K1P 5M9

Tél. : 613 231-3220

Sans frais : 1 800 661-1187

Télec. : 613 231-2305

Cette association fournit aux membres des renseignements précieux sur des questions qui intéressent l'industrie—changement des règles commerciales, impact de la technologie et conditions du marché—ainsi que des programmes et ateliers de formation. Les membres peuvent aussi bénéficier d'économies sur les biens et services.

Alliance canadienne des technologies avancées (CATA)

www.cata.ca

388, rue Albert

Ottawa ON K1R 5B2

Tél. : 613 236-6550

Télec. : 613 236-8189

Courriel : info@cata.ca

Principale association regroupant les industries de haute technologie, la CATA offre à ses membres une vaste gamme de services, notamment des centres de ressources et des avertissements par courriel sur d'importantes questions, des occasions de réseautage, des avertissements de demandes de propositions, des rabais aux membres sur les assurances et des informations sur la promotion des affaires, les impôts, les ressources humaines, le marketing électronique et les occasions d'affaires internationales.

Association canadienne des importateurs et exportateurs

www.importers.ca

438, av. University, bureau 1618

Toronto ON M5G 2K8

Tél. : 416 595-5333

Télec. : 416 595-8226

Courriel : info@caie.ca

L'Association exerce des pressions sur les hauts fonctionnaires du gouvernement, participe à des audiences et donne des lignes directrices sur des questions relatives au commerce et aux douanes. Les membres reçoivent tous les jours des courriels présentant des renseignements opportuns sur des règlements touchant au commerce international. Tous les membres reçoivent *Tradeweek*, publication nationale bimensuelle à l'intention des importateurs/exportateurs. Lors de conférences et séminaires (également offerts aux non-membres), des experts de l'industrie et des hauts fonctionnaires clés apportent des informations de dernière minute. Les membres comprennent des importateurs, des exportateurs, des distributeurs et des agents, qui forment environ les deux tiers du total des effectifs, le reste étant constitué de sociétés de

services, comme des sociétés de transport de marchandises et de transport maritime, des compagnies aériennes, des courtiers de douane, des avocats, des comptables, des banques et des bureaux de promotion du commerce extérieur.

Association canadienne des conseillers en management

www.camc.com

BCE Place

Heritage Bdg., étage 2R

Toronto ON M5J 2T3

Tél. : 416 860-1515

Sans frais : 1 800 268-1148

Télec. : 416 860-1535 ou

Sans frais : 1 800 662-2972

Courriel : camc@camc.com

Association commerciale représentant des experts-conseils, depuis des propriétaires uniques à de grands cabinets, se spécialisant dans des services comme la planification des affaires, le développement organisationnel, la gestion de projets, les études de faisabilité, et la gestion générale et la gestion des affaires électroniques. Les membres ont accès en ligne à des cours, des conférences et des occasions de réseautage. (Les non-membres peuvent assister à la plupart des activités et les étudiants faisant des études pour devenir conseillers en management bénéficient de tarifs d'adhésion spéciaux.) Les membres donnent des consultations au gouvernement, aux services bancaires et financiers, aux services de soins de santé, au secteur manufacturier, aux services professionnels, aux petites entreprises/entreprises familiales, et au secteur de la technologie.

Manufacturiers et exportateurs du Canada (MEC)

www.cme-mec.ca

Ontario Division

5995, ch. Avebury, bureau 900

Mississauga ON L5R 3P9

Tél. : 905 568-8300

Télé. : 905 568-2876

Sans frais : 1 800 268-9684

Les MEC défendent avec succès les intérêts des sociétés manufacturières et exportatrices canadiennes, font pression auprès du gouvernement et maintiennent leurs membres informés sur les questions d'actualité par le biais de leur bulletin et de leur magazine. Ils offrent en outre des occasions de réseautage et des séminaires (auxquels peuvent également participer les non-membres.) Les membres des MEC engendrent 75 % de la production manufacturière et 90 % des exportations. Bien que certaines des plus grandes sociétés canadiennes fassent partie des MEC, 80 % des membres sont des petites et moyennes entreprises.

Canadian Restaurant & Foodservices Association (CRFA)

www.crfa.ca

316, rue Bloor Ouest

Toronto ON M5S 1W5

Tél. : 416 923-8416

Sans frais : 1 800 387-5649

Télé. : 416 923-1450

Courriel : info@crfa.ca

Fondée en 1944 par une poignée de restaurateurs, la CRFA compte maintenant 16 000 membres, dont des exploitants indépendants et des chaînes à unités multiples. Les services aux membres comprennent : la recherche et les prévisions sur l'industrie, les services de rabais et les programmes d'achats groupés ainsi que des informations à jour sur d'importantes questions propres à l'industrie comme les lois sur le tabac, les salaires minimum, les charges sociales et la sécurité alimentaire.

L'Association des professionnels des médias numériques (DMPA)

www.dmpa.ca

Tél. : 416 222-2449

Sans frais : 1 800 465-5190

Courriel : ck@dmpa.ca

Fondée au début de 2001, la DMPA vise à aider ses membres à rester à la fine pointe des réalisations dans l'industrie. Par le biais de bulletins trimestriels et d'un domaine réservé aux membres, elle fournit des mises à jour technologiques, des revues de produits, des rapports sur les champs d'application, des études de cas sur des utilisateurs finals, des conseils pratiques opérationnels et des cours par petits groupes en techniques créatives, des analyses de marchés de l'emploi et des pratiques exemplaires dans l'industrie. L'adhésion est gratuite.

The Eaton Chair in Retailing

www.ecr.ryerson.ca

(Centre for the Study of Commercial Activity)

Ryerson University

350, rue Victoria

Toronto ON M5B 2K3

Tél. : 416 979-5378

Télé. : 416 979-5378

Ce site offre de l'information au sujet du commerce de détail au Canada, donnant des statistiques sur les tendances dans le commerce de détail, l'activité de commerce de détail sur le Web, d'autres sources d'information sur le commerce de détail, des détaillants cotés en bourse, des rapports sur les entreprises, des liens à d'autres sites nationaux et internationaux connexes, et des publications sélectionnées sur le commerce de détail par titre et sujet. C'est un excellent outil de recherche pour les professionnels du commerce de détail.

Fashion Design Council of Canada (FDCC)

www.torontofashionweek.ca

Hazelton Lanes

55, Avenue Road Ouest, bureau 2350

Toronto ON M5R 3L2

Tél. : 416 922-3322

Télé. : 416 922-4292

Courriel : info@fdcc.ca

Le FDCC est un organisme national voué à la promotion de la mode canadienne au pays et à l'étranger. Il fait la promotion des relations entre les couturiers, les acheteurs et les médias et les parrains de la prestigieuse Semaine de la mode qui a lieu deux fois par an à Toronto. Le FDCC offre en outre une variété de services à ses membres, notamment le Designers Resource Centre.

Federation of Ontario Bed & Breakfast Accommodation (FOBBA)

www.fobba.com

253, rue College

C.P. 437

Toronto ON M5T 1R5

Tél. : 416 515-1293

Courriel : info@fobba.com

Créée en 1987, la FOBBA représente l'industrie des chambres d'hôtes. Les membres sont inscrits et ont une page dans le répertoire de la FOBBA distribué à l'échelle mondiale, bénéficient de rabais aux commerçants payés par VISA, reçoivent des bulletins trimestriels et ont l'occasion de participer à un salon commercial annuel.

Ontario Accommodation Association (OAA)

www.ontarioaccommodation.com

347 Pido Rd., Unit 2

R.R. 6

Peterborough ON K9J 6X7

Tél. : 705 745-4982

Sans frais : 1 800 461-1972

Télé. : 705 745-4983

Courriel : info@ontarioaccommodation.com

Fondée en 1949, l'OAA est une association commerciale sans but lucratif représentant l'industrie de l'hébergement indépendant de l'Ontario.

La plupart de ses 1 000 membres sont de petites et moyennes entreprises à appartenance et exploitation familiale. En plus des motels, les membres comprennent des hôtels, centres de villégiature, auberges de campagne, chambres d'hôtes et chalets de pourvoyeurs. L'OAA donne des informations sur les tendances dans l'industrie et des statistiques, des rabais spéciaux sur les produits et services et elle tient les membres au courant des dernières nouvelles par le biais d'un bulletin.

Ontario Crafts Council

www.craft.on.ca

170, ch. Bedford, bureau 300

Toronto ON M5R 2K9

Tél. : 416 925-4222

Télé. : 416 925-4223

Courriel : info@craft.on.ca

L'Ontario Crafts Council, fondé en 1976, est un organisme de services aux arts sans but lucratif, qui fait la promotion de l'artisanat, est défenseur de la cause des artisans et offre des programmes publics de formation. Les ateliers de perfectionnement professionnel sont ouverts aux membres et non-membres.

Ontario Furniture Manufacturers' Association (OFMA)

www.ofma.ca

6900, chemin Airport, bureau 200

C.P. 85

Mississauga ON L4V 1E8

Tél. : 905 677-6561

Télé. : 905 677-5212

Courriel : info@ofma.ca

Fondée en 1890, l'OFMA représente les fabricants de meubles, d'ameublement, de fixations, d'accessoires et les fournisseurs à l'industrie, et elle se fait le défenseur de l'industrie. L'OFMA fournit des rapports sur le marché, des études sur l'industrie et des informations sur des questions importantes pour l'industrie, y compris les programmes d'apprentissage et de formation.

Conseil ontarien du commerce des véhicules automobiles (OMVIC)

www.omvic.on.ca

789, ch. Don Mills, bureau 800

Toronto ON M3C 1T5

Tél. : 416 226-4500

Sans frais : 1 800 943-6002

Télé. : 416 226-3208

Courriel : omvic@omvic.on.ca

L'OMVIC est un organisme autogéré représentant environ 30 000 concessionnaires d'automobiles inscrits et vendeurs en Ontario. L'organisme a pour mandat de veiller à ce qu'il existe en Ontario un marché équitable, sécuritaire et informé, en protégeant les droits des consommateurs, en améliorant le professionnalisme de l'industrie et en assurant une compétition juste, honnête et ouverte pour les concessionnaires d'automobiles inscrits.

Ontario Restaurant, Hotel and Motel Association

www.orhma.com

2600, av. Skymark, bureau 8-201

Mississauga ON L4W 5B2

Tél. : 905 361-0268 ou

sans frais : 1 800 668-8906

Télé. : 905 361-0288 ou

sans frais : 1 888 359-5588

Cette association, qui compte plus de 4 000 membres représentant plus de 11 000 établissements d'accueil dans toute la province, fait la promotion des intérêts de l'industrie à la fois au niveau du gouvernement provincial et du gouvernement municipal. Les membres reçoivent un bulletin toutes les deux semaines et un magazine mensuel. Des salons commerciaux et des ateliers sont offerts aux membres et non-membres. Le site présente des liens à des sites pertinents sur le tourisme, les questions syndicales, l'alimentation et l'alcool, et une liste des quotidiens de l'Ontario.

Ontario Tourism and Marketing Partnership Corporation (OTMPC)

www.tourismpartners.com

10^e étage, édifice Hearst

900, rue Bay

Toronto ON M7A 2E1

Tél. : 1 800 263-7836

Télé. : 416 314-7574

L'OTMPC, partenariat exceptionnel entre les secteurs privé et public, vise à promouvoir l'Ontario comme un important centre d'attraction touristique. L'OTMPC fournit également des informations à jour sur les tendances en matière de tourisme, les occasions et activités d'affaires. Les membres bénéficient d'une variété d'initiatives, y compris du marketing et de la publicité fondés sur la recherche, du développement de produits et du marketing ponctuel.

Real Estate Council of Ontario (RECO)

www.reco.on.ca

3250, rue Bloor Ouest, bureau 600

Toronto ON M8X 2X9

Tél. : 416 207-4800

Sans frais : 1 800 245-6910

Télé. : 416 207-4820

Courriel : information@reco.on.ca

Le RECO est responsable de l'administration des règlements de l'industrie immobilière telles qu'elle est définie par le gouvernement de l'Ontario. Il existe pour offrir la protection du consommateur en maintenant un marché équitable, sécuritaire et informé. Ses activités vont du traitement des plaintes des consommateurs et des membres jusqu'à la réponse aux besoins en recyclage obligatoires.

Conseil canadien du commerce de détail (CCCD)

www.retailcouncil.org
1255, rue Bay, bureau 800
Toronto ON M5R 2A9
Tél. : 416 922-6678 ou
sans frais : 1 888 373-8245
Télé. : 416 922-8011 ou
sans frais : 1 877 790-4271

Fondé en 1963, le CCCD est une association sans but lucratif dont les membres (qui sont plus de 9 000) représentent tous les formats des commerces de détail, notamment les grands magasins nationaux et régionaux, les marchands de masse, les chaînes de magasins spécialisés, les magasins indépendants, ainsi que les marchands. Le Conseil se veut être le porte-parole de l'industrie du commerce de détail, tout en fournissant aux membres de la recherche à jour sur l'industrie (y compris de l'information sur le commerce électronique), de la formation, des conférences et un magazine bimensuel.

Travel Industry Council of Ontario (TICO)

www.tico.on.ca
2700, boul. Matheson Est
Bureau 402, West Tower
Mississauga ON L4W 4V9
Tél. : 905 624-6241
Sans frais : 1 888 451-8426
Télé. : 905 624-8631
Courriel : tico@tico.on.ca

TICO est une société autogérée sans but lucratif créée en 1997 pour administrer la *Loi sur les agences de voyage de l'Ontario*, qui régit environ 3 000 agences de voyage grossistes ou au détail inscrites en Ontario. Elle administre aussi le fonds de compensation des voyages financé par l'industrie. Elle a pour mission de promouvoir un marché équitable et informé où les consommateurs peuvent avoir confiance dans leurs achats de voyage. Elle essaie d'y parvenir par le biais de son code de déontologie, la formation des consommateurs et en servant de médiateur lors de différends entre les consommateurs et les fournisseurs de voyages.

Femmes entrepreneures Association canadienne des femmes cadres et entrepreneurs (ACFCE)

www.cawee.net
3, rue Church, bureau 604
Toronto ON M5E 1M2
Tél. : 416 756-0000
Télé. : 416 862-0315
Courriel : info@cawee.net

L'ACFCE est une alliance de réseautage et alliance sociale de femmes entrepreneures, de propriétaires de petites entreprises et de chefs d'entreprises prospères parmi les organismes les plus influents du Canada. L'association offre aux femmes d'affaires un forum où elles peuvent échanger des idées, se faire des relations et participer à des ateliers, des conférences et des activités spéciales (activités également offertes aux non-membres) qui aident au développement et à la promotion de leur entreprise et à l'épanouissement de leur vie professionnelle.

The Business and Professional Women's Club of Ontario

www.bpwontario.org
BPW est un organisme apolitique, non confessionnel, sans but lucratif qui s'efforce de promouvoir les intérêts des femmes au travail par le biais de 27 clubs locaux desservant six districts. Il fait partie de la Fédération canadienne des clubs de femmes de carrières commerciales et professionnelles (*BPW Canada*) et cherche à améliorer le statut des femmes dans tous les secteurs de la société, en particulier, dans les affaires, les professions libérales et l'industrie. La plupart des clubs organisent des réunions-dîners mensuelles, qui permettent aux membres de se tenir au courant des questions préoccupant les femmes et d'entretenir des contacts avec d'autres femmes au travail. BPW Ontario est membre du Comité canadien d'action sur le statut de la femme. Les non-membres peuvent assister aux activités.

Women Entrepreneurs of Canada (WEC)

www.wec.ca

1630, ch. Ewald

Mississauga ON L5G 4C3

Tél. : 416 388-5586

Télec. : 905 274-5366

Courriel : wec@wec.ca

WEC est un organisme sans but lucratif constitué en vertu d'une loi fédérale qui a été fondé en 1992 pour servir les intérêts de femmes entrepreneures établies. Son but est d'encourager les femmes à réussir en affaires. L'organisme organise des réunions-dîners une fois par mois à Toronto, ainsi que des conférences et des forums. (Les femmes qui habitent en dehors de la région du Grand Toronto peuvent y adhérer virtuellement à des taux réduits.)

Jeunes entrepreneurs Young Entrepreneurs Association (YEA)

www.yea.ca

Bureau national

843, rue Yates

Victoria BC V8W 1M1

Sans frais : 1 888 639-3222

Télec. sans frais : 1 888 639-7969

Courriel : toronto@yea.ca

Organisme de bénévoles, sans but lucratif, la YEA cherche à venir en aide aux jeunes qui se lancent en affaires. Visant essentiellement les jeunes de moins de 35 ans qui ont leur propre entreprise, elle fournit à ses membres l'occasion de tirer des leçons de l'expérience des autres et de profiter du soutien de leurs pairs pour donner de l'expansion à leur entreprise. Les programmes et activités de la YEA comprennent le mentorat par des pairs, un forum en ligne, des activités comme des visites d'entreprises, des séminaires, des conférences et des activités sociales.

Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs (FCJE)

www.cybf.ca

(Bureau national)

123, rue Edward, bureau 1404

Toronto ON M5G 1E2

Tél. : 416 408-2923

Télec. : 416 408-3234

Courriel : info@cybf.ca

La FCJE aide les jeunes entrepreneurs âgés de 18 à 34 ans à réaliser leurs aspirations et à créer une entreprise prospère en leur offrant un appui qui ne leur serait pas autrement accessible. Fondée en 1996 par la CIBC, la Banque Royale et la Fondation canadienne de la jeunesse, la FCJE visait au départ à réagir au niveau élevé de chômage et de sous-emploi. Devenue aujourd'hui un organisme de premier plan pour ce qui est d'encourager l'entrepreneuriat chez les jeunes, elle offre également des prêts de démarrage d'entreprise allant jusqu'à 15 000 \$ aux candidats retenus.

Jeunes entreprises du Canada

www.jacan.org

2275, boul. Lakeshore Ouest, bureau 306

Toronto ON M8V 3Y3

Tél. : 416 622-4602

Sans frais : 1 800 265-0699

Télec. : 416 622-6861

Courriel : programs@jacan.org

Jeunes Entreprises (JE) est un organisme international sans but lucratif qui a pour mission de sensibiliser et former les jeunes de moins de 19 ans à l'économie et aux affaires. Les programmes, activités et conférences qu'offre JE aident les jeunes à développer leur talent de leader et d'entrepreneur, et leur habileté au travail, pour leur permettre d'atteindre leur plein potentiel. Jeunes Entreprises compte des chapitres dans tout le Canada.

Ministère de la Formation, des Collèges et Universités

www.edu.gov.on.ca

900, rue Bay

Édifice Mowat

Groupe des renseignements pour le public

14^e étage

Toronto ON M7A 1L2

Tél. : 416 325-2929

Sans frais : 1 800 387-5514

Télé. : 416 325-6348

Courriel : info@edu.gov.on.ca

Le ministère offre un certain nombre d'initiatives entrepreneuriales visant tout particulièrement les jeunes, et le site Web comporte un grand nombre de liens à des sites comportant des informations, conseils et profils de jeunes entrepreneurs exemplaires. Rendez-vous à la page d'accueil, tapez Travail indépendant ou Entrepreneur dans la case de la barre de recherche rapide et vous y arriverez.

Entrepreneurs handicapés Lutherwood-CODA

www.lutherwoodcoda.com

(Enterprise and Business Group)

165, rue King Est, 2^e étage

Kitchener ON N2G 2K8

Tél. : 519 742-1782

Télé. : 519 742-7895

Courriel : ebg@lutherwoodcoda.com

Lutherwood-CODA exploite un programme de travail indépendant pour les personnes handicapées en partenariat avec KW Access-Ability, la Société canadienne de l'ouïe et l'Institut national canadien pour les aveugles. Son but est d'aider les personnes ayant un handicap à lancer et développer leur petite entreprise. Les candidats admissibles peuvent s'inscrire à une séance de formation pré-entrepreneuriale de quatre semaines, suivie de huit semaines de formation en salle de classe. Le programme couvre l'élaboration d'un plan d'affaires, l'étude de marché, la formation financière, l'organisation des affaires, les ventes et le marketing, et est suivi de 44 semaines de soutien continu.

En route vers l'égalité des chances

www.equalopportunity.on.ca

Tél. : 416 325-4957

Sans frais : 1 888 325-4957

Service de relais de Bell à un numéro commandé par signal vocal : 416 325-6253

(appels à frais virés acceptés)

Courriel : eoinfo@mzczvr.gov.on.ca

Écrire à:

Éducation du public et partenariat Direction générale de l'accessibilité pour l'Ontario
Ministère des Affaires civiques et de l'Immigration
3^e étage, 400, avenue University
Toronto ON M7A 2R9

« En route vers l'égalité des chances » est une vaste ressource de renseignements—à la fois en ligne et en différé—qui appuie les principes de l'inclusivité pour toutes les personnes, indépendamment de leurs aptitudes. Ce site couvre une vaste gamme de sujets pertinents aux personnes handicapées et comprend des informations sur le travail indépendant. (Consultez l'Index de A à Z, puis allez à Emploi et gestion.)

Entreprise autochtone Canada Développement des affaires Banque de développement du Canada Entrepreneur autochtone

www.bdc.ca

155, rue Carlton, bureau 200

Winnipeg MB R3C 3H8

Tél. : 204 983-3594

Télé. : 204 983-8522

Courriel : wendy.macnair@bdc.ca

Les Services bancaires aux Autochtones de la BDC offrent des conseils et du financement adaptés aux entrepreneurs autochtones. Le site fournit des renseignements sur les options de financement, le démarrage d'une entreprise et des services de soutien continu. Il comporte également des liens utiles à :

Entreprise autochtone Canada

<http://strategis.ic.gc.ca>

Réseau de services aux entreprises autochtones

www.cbasc.org

Portail des Autochtones au Canada

www.aboriginalcanada.gc.ca

Développement des entreprises autochtones

www.aboriginalbusiness.on.ca

Ce site fait fonction de portail électronique et donne accès aux partenariats, aux pratiques, aux programmes et aux services conçus pour renforcer et développer les entreprises autochtones en Ontario. Il offre des liens aux programmes et services gouvernementaux et non gouvernementaux qui sont pertinents à l'entrepreneur autochtone.

Entrepreneurs francophones Chambre économique de l'Ontario

www.ceo-on.com

1173, chemin Cyrville, bureau 101

Ottawa ON K1J 7S6

Tél. : 613 740-9900

La Chambre économique de l'Ontario est une association de gens d'affaires, de groupes économiques et de services gouvernementaux francophones. L'organisme apolitique, sans but lucratif, a été fondé en 1990 pour servir de porte-parole aux gens d'affaires francophones de toute la province. Il fait également fonction de groupe de pression auprès des propriétaires d'entreprises francophones en Ontario.

Entrepreneurs sans but lucratif Charity Village

www.charityvillage.com

160, rue Main Sud

C.P. 92536

Brampton ON L6W 4R1

Tél. : 905 453-7321

Charity Village se dit être le « super site canadien du secteur des organismes sans but lucratif—OSBL » et compte plus de 3 000 pages de nouvelles, d'information et de ressources, y compris des guides sur la levée de fonds, la gestion et l'administration, les bénévoles, la communication et la technologie. Il présente également des liens à des publications, des services gouvernementaux et des informations, et des sources de financement importantes.

Fondation Trillium

www.trilliumfoundation.org

45, rue Charles Est, 5^e étage

Toronto ON M4Y 1S2

Tél. : 416 963-4927

Sans frais : 1 800 263-2887

Télé. : 416 963-8781

Courriel : trillium@trilliumfoundation.org

La Fondation Trillium de l'Ontario est l'une des plus importantes fondations subventionnaires de bienfaisance de la province, disposant d'un budget annuel de 100 millions de dollars. Les subventions servent à couvrir les dépenses d'immobilisation, les dépenses de fonctionnement ou des dépenses particulières de projets menés dans les quatre secteurs suivants : arts et culture, environnement, services à la personne et sports et loisirs.

La Fondation octroie des subventions qui ont un impact à l'échelle de la province ainsi que des subventions qui ont un impact local dans les communautés de toutes les régions de l'Ontario.